



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2015/2016

AUTOR/A: Fernando Lantero Gutiérrez

TITULO: Irrupción de Airbnb en el turismo de la ciudad de Santander

TITLE: Airbnb irruption in the tourism of Santander city

DIRECTOR/A: Pedro Cornejo Martín



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2016/2017

Fecha de entrega: 28/11/2016

AUTOR/A: Fernando Lantero Gutiérrez

TITULO: Irrupción de Airbnb en el turismo de Santander

DIRECTOR/A: Pedro Cornejo Martín

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a: de Diciembre de 2016

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	3
SUMARIO	4
ABSTRACT	5
1. INTRODUCCIÓN:	6
1.1. Finalidad y motivos:	6
1.2. Objetivos:	7
2. METODOLOGIA.....	8
2.1. Fuentes de información primarias	8
2.2. Fuentes de información secundarias	8
3. MARCO TEÓRICO.....	9
3.1. El turismo colaborativo:	9
4. LA EMPRESA AIRBNB:	11
4.1. Creación y evolución	11
4.2. Situación actual	12
4.3 Sistema de precios y tarifas	19
4.4. Perfil del cliente	19
5. ANÁLISIS DE LA WEB.....	24
6. MARCO LEGAL	28
6.1. Legislación en Santander, Cantabria	28
6.2. El Caso Barcelona	30
7. VISIÓN DE LAS PARTES AFECTADAS	33
7.1. La propia empresa	33
7.2. Asociación de Hostelería de Cantabria.....	33
7.3. El sector hotelero local	34
7.4. El agente regulador.....	35
7.5. El cliente: anfitrión y huésped	36
9. ANÁLISIS DAFO	38
8. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	39
10. ANEXOS: ENTREVISTAS.....	41
10.1. Entrevista Ángel Cuevas: Presidente de la Asociación de Hostelería de Cantabria...	41
10.2. Entrevista a Ruth Cervilla: Directora Hotel Chiqui	42
10.3. Entrevista a Eduardo Arasti Barca, Ex consejero de Innovación, Industria y Turismo de Cantabria	45

10.4. Entrevista propietario Airbnb, José María Calle	47
11. BIBLIOGRAFÍA	48

ÍNDICE IMÁGENES

Imagen 1 Paquetes de experiencias de Airbnb.....	13
--	----

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 1 Demanda de airbnb vs hoteles	14
Gráfico 2 Ingresos de Aribnb vs. Cadenas hoteleras	14
Gráfico 3 Crecimiento de ingresos Airbnb vs competidores principales	15
Grafico 4 Entrada de turistas extranjeros según tipo de alojamiento: hoteles vs viviendas alquiladas.....	15
Grafico 5 Numero de anfitriones en Santander según la cantidad de espacios que regentan	16
Gráfico 6 Número de alquileres de Airbnb en Santander	17
Gráfico 7 Numero de alquileres de Airbnb en Santander según número de habitaciones...	17
Gráfico 8 Disponibilidad de los espacios de Airbnb en Santander	18
Gráfico 9 Tasa de ocupación de los espacios de Airbnb en Santander	18
Gráfico 10 Edad de los encuestados	20
Gráfico 11 Numero de acompañantes en un viaje de los encuestados.....	20
Gráfico 12 Alojamientos vacacionales según preferencia de los encuestados	21
Gráfico 13 Causas de la elección del alojamiento vacacional según preferencia de los encuestados.....	21
Gráfico 14 Resultado de la experiencia con Airbnb	22
Gráfico 15 Medio a través del cual se realiza la reserva	22
Gráfico 16 Número de comidas en el alojamiento	23
Gráfico 17 Mapa de alojamientos de Airbnb en la zona de Barcelona	31
Gráfico 18 Evolución del número de espacios de Airbnb en Barcelona.....	32
Gráfico 19 Tasa de ocupación de los espacios de Airbnb en Barcelona.....	32

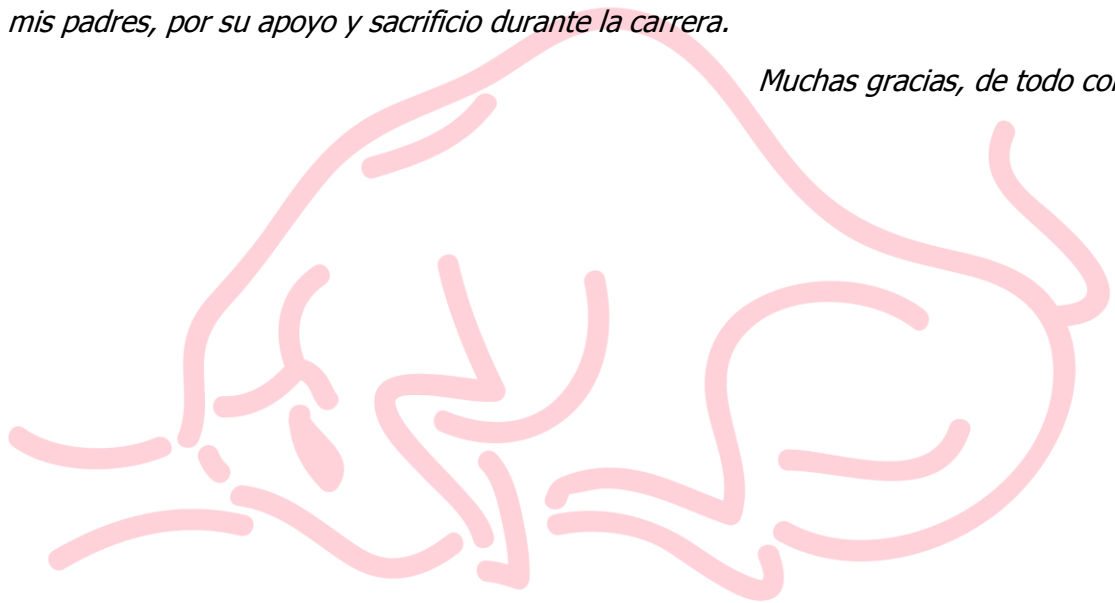
AGRADECIMIENTOS

A todos aquellos que han colaborado en este proyecto, desde los entrevistados y encuestados hasta aquellos profesores que me han prestado su ayuda para poder llevar a cabo este proyecto.

A mis compañeros, que han sabido soportarme y apoyarme, haciendo especial mención a Miguel López del Moral, compañero durante este último escalón que significa el fin del paso por la universidad.

A mis padres, por su apoyo y sacrificio durante la carrera.

Muchas gracias, de todo corazón.



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

SUMARIO

El TFG que a continuación se va a exponer trata sobre la irrupción de la empresa Airbnb en el turismo de la ciudad de Santander. En él se realiza una investigación sobre cómo influye este nuevo método para viajar en el panorama turístico del lugar.

En primer lugar, se hará una introducción a cerca del surgimiento del turismo colaborativo junto con los antecedentes del turismo actual. Dada la modernidad y creciente demanda de las plataformas peer to peer, se analizarán una serie de factores que permitirán conocer de una manera precisa el estado actual de la empresa: la creación y evolución y forma de la empresa, las características de la web, el sistema de precios y tarifas, las futuras prestaciones y la dirección que pretende tomar, la revolución tecnológica y sus aplicaciones el turismo, su presencia en la Santander y un análisis DAFO. Todo ello teniendo en cuenta la legislación vigente encargada de regular el turismo colaborativo, a fin de comprender el vacío legal en el que actúa Airbnb como principal plataforma de alquiler de alojamientos.

En segundo lugar, a fin de conocer las consecuencias de la irrupción de Airbnb en Santander y los diferentes puntos de vista relativos al sector turístico, van a ser entrevistadas personalidades de las distintas partes del sector turístico local. Con el objetivo de conocer el perfil de los usuarios de la plataforma, se ha realizado una encuesta a 132 personas.

Se expone la situación de Airbnb en Barcelona, donde prácticamente el 50% de los alojamientos no cumplen con la normativa vigente, y la aparición y crecimiento exponencial de la plataforma ha sobrevenido a la población, provocando una fuerte controversia.

Finalmente se exponen las conclusiones del trabajo y quedan reflejadas una serie de propuestas para mejorar la irrupción de Airbnb en Santander, buscando en la plataforma el beneficio tanto para la comunidad local como para la propia empresa.

Palabras clave: turismo, economía colaborativa, vivienda vacacional, startup

ALTAMIRA

ABSTRACT

The TFG which is going to be exposed next is about the irruption of the company Airbnb in the tourism of the city of Santander. In it an investigation is made on how this new method influences to travel in the tourist paradigm of the place.

First of all, an introduction to the emergence of collaborative tourism along with the background of current tourism. Given the modernity and growing demand of peer to peer platforms, a series of factors will be analyzed that will allow to know in a precise way the current state of the company: the creation of evolution and form of the company, the characteristics of the web, the system Prices and tariffs, future benefits and the direction it intends to take, the technological revolution and its applications in tourism, its presence in Santander and a SWOT analysis. All this taking into account the current legislation in charge of regulating collaborative tourism, in order to understand the legal vacuum in which Airbnb acts as the main platform for renting accommodation.

Secondly, in order to know the consequences of the irruption and the different points of view, personalities from different parts of the local tourist sector will be interviewed. In order to know the profile of the platform users, a survey of 132 people was carried out.

The situation about Airbnb is exposed in Barcelona, where practically 50% of the accommodation does not comply with current regulations, and the appearance and exponential growth of the platform has overtaken the population, provoking a strong controversy.

Finally the conclusions of the work are adopted and a series of proposals are presented to improve the irruption of Airbnb in Santander, seeking in the platform the benefit for both the local community and the company itself.

1. INTRODUCCIÓN:

1.1. Finalidad y motivos:

El tema de la irrupción de Airbnb ha sido escogido por el impacto que genera en el sector turístico de Santander. La controversia generada en contra de la aparición del turismo colaborativo requiere de un análisis de la situación y su dirección en el futuro.

La empresa Airbnb representa el turismo colaborativo en su máximo esplendor, dado su crecimiento exponencial y su sistema de mercado, se trata de una empresa idónea que representa: actualidad, nuevas tecnologías, consumo peer to peer, repercusiones a escala global, y no sólo eso, sino que también ha logrado nutrirse de un vacío legal que la competencia no duda en reprochar; en definitiva es un tema actual e interesante de estudiar, ya que se trata de una startup¹ que ha logrado hacerse un hueco en el ranking mundial de las grandes empresas. También cabe destacar que fue la primera plataforma de su género en ser creada.

Por tanto, la motivación es principalmente personal, ya que es una motivación el poder realizar este proyecto y dar a conocer como este tipo de plataformas online puede llegar a cambiar el paradigma turístico.

Si bien es cierto que estas plataformas permiten conocer el lugar de destino de una manera más económica y cercana, acarrea a su vez una serie de problemas como lo son el posible fraude fiscal, la expulsión de población residente de algunos barrios, las subidas de los precios del alquiler, pérdida de clientes por parte de los servicios de alojamiento tradicionales, deterioro de la calidad de vida de los vecinos, ruidos y problemas de higiene. Estos son algunos de los males que denuncia el sector turístico que genera el "boom" del alquiler vacacional en algunas ciudades españolas al calor de las plataformas como Airbnb, Homeaway o Wimdu.

La finalidad principal de este trabajo es conocer que efectos produce Airbnb en la ciudad de Santander y cuales corre el riesgo de sufrir, tomando como ejemplo algunos casos de ciudades que contienen una mayor presencia de dichas plataformas. El trabajo aportará una visión tanto de la forma y actividad de la plataforma como de la intrusión de este fenómeno desde las distintas partes relacionadas dentro del ámbito turístico local.

Esto resulta de gran interés, ya que son las ciudades con gran afluencia turística las que más sufren la incorporación del turismo colaborativo, y por lo tanto se debe tomar como ejemplo a fin de poder gestionar de manera adecuada la irrupción de plataformas como Airbnb. Es por ello que este trabajo despierta un gran interés para la ciudad de Santander y sobretodo de la infraestructura turística tradicional, ya que esta corre el riesgo de seguir los pasos de sus predecesores (Barcelona, Madrid, Málaga...).

¹ Una compañía de arranque, compañía incipiente o, simplemente, compañía emergente, es un término utilizado actualmente en el mundo empresarial el cual busca arrancar, emprender o montar un nuevo negocio y hace referencia a ideas de negocios que están empezando o están en construcción, es decir son empresas emergentes apoyadas en la tecnología. Son ideas que innovan el mercado y buscan hacer de los procesos complicados más fáciles de realizar, estas van enfocadas a diferentes temas y usos. Generalmente son empresas asociadas a la innovación, al desarrollo de tecnologías, al diseño web o desarrollo web; son empresas de capital-riesgo.

1.2. Objetivos:

El objetivo principal del trabajo es dar a conocer la realidad sobre la presencia de Airbnb en la ciudad de Santander junto con las consecuencias que causa el consumo colaborativo en el sector turístico. Para ello se van a tomar una serie de objetivos secundarios:

- Conocer la creación y evolución de la empresa
- Describir tanto su situación actual como su dirección en el futuro
- Estudio sobre el funcionamiento del consumo colaborativo
- Describir el funcionamiento y diseño de la web
- Analizar la presencia de Airbnb en Santander
- Conocer los impactos positivos y negativos de la irrupción
- Analizar el perfil de los usuarios de la plataforma
- Conocer el punto de vista del sector turístico tradicional
- Estudiar el planteamiento de llevar a cabo una regulación para reglar la actividad de plataformas colaborativas, como lo es Airbnb
- Sacar conclusiones de los parámetros analizados
- Establecer propuestas que ayuden a una acogida beneficiosa para la ciudad de Santander y para la propia empresa de Airbnb

A través de los datos a los que se pueda acceder, se desarrollarán los objetivos arriba expuestos con el fin de dar a conocer las repercusiones del portal de alquiler vacacional Airbnb en la ciudad de Santander, y de ese modo proponer medidas que permitan optimizar su funcionamiento para con la ciudad y su infraestructura turística.

Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

2. METODOLOGIA

2.1. Fuentes de información primarias

Para la realización de este trabajo se han llevado a cabo métodos de recogida de información tanto primaria como secundaria. Refiriéndose a las fuentes de información primaria, ha resultado de suma importancia para conocer de primera mano la situación actual del fenómeno en cuestión, tanto de la propia empresa Airbnb como del paradigma turístico santanderino.

- Asociación de Hostelería de Cantabria, Presidente Ángel Cuevas
- Directora Hotel Chiqui, Rut Cervilla
- Ex Consejero de Industria, Energía y Turismo, Eduardo Arasti Barca
- Propietarios en Airbnb, José María Calle
- Alojados en Airbnb

A su vez se ha procedido a la realización de 132 encuestas a fin de conocer el perfil del turista que emplea esta plataforma como método para alojarse en sus viajes. Ello ha permitido conocer la opinión sobre el impacto que Airbnb en cuanto a factores positivos y negativos tanto en el mercado como a nivel social.

2.2. Fuentes de información secundarias

Respecto a las fuentes de información secundaria se ha recurrido sobre todo a material de internet, ya que dada la modernidad de la empresa y su constante desarrollo ha sido difícil dar con documentos bibliográficos que pudieran aportar información más detallada sobre el tema en cuestión. Portales como el Instituto Nacional de Estadística o Airdna han permitido dar con datos numéricos, lo cual ha arrojado luz sobre el fenómeno turístico al que se enfrenta Santander. Pese a ello gracias a la Universidad de Cantabria se ha obtenido información sobre la legislación vigente en materia del alquiler de viviendas turísticas en Cantabria.

Se ha podido visualizar en directo el "open" anual que realiza la empresa en Los Ángeles, en donde el cofundador Brian Chesky describió la dirección de la empresa. Esto ha significado una buena fuente de información para conocer cuál podría ser el futuro de Airbnb, o al menos hacerse una idea de sus próximos pasos en el mundo de las peer-to-peer.

En segundo lugar, la propia página de Airbnb pone a disposición de los usuarios una gran cantidad de información que ha sido de gran ayuda para comprender diversos factores como las diferentes regulaciones de su actividad, el producto que vende y de qué manera lo vende y en definitiva el éxito de la plataforma.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. El turismo colaborativo:

En primer lugar es preciso definir qué es el turismo colaborativo, que según Albert Cañigueral, fundador de la web Consumocolaborativo.com, "se trata de aprovechar el poder de internet y de las redes peer to peer para reinventar cómo compartir, alquilar, intercambiar o comerciar bienes y servicios" (Cañigueral, 2014). Esto viene dándose desde hábitos de siglos pasados, como el hecho de prestar dinero a alguien de confianza, realizar un viaje entre amigos utilizando el mismo medio de transporte, heredar la ropa de familiares de mayor edad, y demás casos tradicionales previos a la aparición del concepto del consumo colaborativo.

Las nuevas tecnologías junto con la facilidad de conexión que estas ofrecen entre personas de distintas partes del mundo han conformado una increíble revolución en todos los sectores económicos mundiales. El turismo no es una excepción, cualquiera puede conectarse a internet desde su dispositivo móvil para conocer y obtener la ayuda de los expertos del lugar y de ese modo encontrar donde dormir, donde comer, e incluso para desplazarse de un sitio a otro.

Cuando un viajero logra obtener la ayuda de un desconocido para organizar su viaje nos encontramos en pleno auge del turismo colaborativo, transformando por completo la manera tradicional en la que el turista se va de viaje, ergo, interfiere en el servicio que ofrecen los agentes turísticos habituales, tales como guías de viajes, hoteles, alquiler de vehículos,...

A mediados de la década pasada comenzó a surgir una nueva forma de entender el ofrecimiento de ciertos servicios, la cual suprimía el papel de la empresa, pasando a ser los particulares quienes deciden compartir los servicios. Se trata de la economía colaborativa, un sistema surgido como respuesta de los usuarios ante situaciones que ven injustas o desorbitadamente caras.

El punto álgido de esta revolución es la posibilidad de eliminar al intermediario. Si se pretende alquilar un apartamento en la playa, por ejemplo, se puede acceder a HomeAway y acordar los términos directamente con el propietario, al igual que si se busca un medio de transporte que no sea exageradamente caro, se puede entrar en Uber o Blablacar para compartir un coche, e incluso en Compartetren para formar un grupo de viajeros con el que el billete de tren salga más barato.

Esa increíblemente rápida conexión entre el usuario que ofrece el servicio y la persona que lo requiere es causa de que este tipo de webs y aplicaciones, peer to peer, crezcan a un ritmo descomunal. Según José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur, "la velocidad a la que crece el fenómeno nos ha pillado por sorpresa, y lo seguimos con grave preocupación" (Zoreda, 2014)

La autora Rachel Botsman describe en sus conferencias (Botsman, 2010) cómo las personas empiezan a no querer cosas, sino a querer las necesidades y experiencias que

dichas cosas les ofrecen y cita a Kevin Kelly², que dice “el acceso es mejor que la propiedad”, es decir, que el acceso a bienes y servicios es prioritario frente a la propiedad de los mismos. Como coautora del libro “What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption” Botsman describe tres tipos de sistema de consumo colaborativo, que son los siguientes:

- Sistemas basados en los productos: iniciativas donde se paga por la utilización de un producto sin tener que poseerlo como propietario. Por ejemplo Blablacar, empresa basada en compartir el vehículo con otros individuos que puedan usar la misma ruta para llegar a sus destinos. También formaría parte de este sistema el alquiler de algún objeto entre personas, como por ejemplo un taladro.
- Sistemas de redistribución: los bienes son reasignados a otros propietarios que puedan darles un buen uso debido a que ya no son de utilidad para el dueño original. Esta redistribución puede darse de tres formas distintas:
 - De forma gratuita. Un ejemplo de ello es Freecycle, donde se puede canjear gratis todo tipo de artículos a través de Internet y así reducir el volumen de basura.
 - Intercambio de unos bienes por otros. Por ejemplo la española Truékalo, donde se intercambian objetos de la vida cotidiana.
 - Mediante transacción económica. Se vende aquel bien que ya no se necesita. Por ejemplo eBay.
- Estilos de vida colaborativos: se centra no sólo en compartir bienes tangibles, sino más bien bienes tangibles, como pueden ser el tiempo, las habilidades, los conocimientos, los espacios, etc. En este ámbito es donde se mueve la empresa Airbnb, en donde no únicamente se obtiene un alojamiento donde dormir, sino también adquiriendo la experiencia y el conocimiento turístico y cultural que el anfitrión posee sobre su propia localidad.

El turismo colaborativo también es llamado peer to peer, es decir, de igual a igual. Dicho sistema económico se basa en el modelo de la confianza, quien compra el producto debe de fiarse de quien lo provee, así pues una de las principales tareas de las empresas que practican el turismo P2P es la de proporcionar, a través de diversas formas y en la mayor medida que sea posible, una imagen de seguridad y certidumbre para con sus usuarios.

El caso más significativo de dicho turismo colaborativo es el de Airbnb, que surgió ante una situación en la que las empresas tradicionales no ofrecían una solución ante un problema real.

² Kevin Kelly (nacido en 1952) es el fundador y director ejecutivo de la Revista Wired, y en el pasado fue editor y publicista del Whole Earth Catalog. También ha sido un escritor, fotógrafo, conservacionista, y estudiante de culturas asiáticas y de la cultura digital.

4. LA EMPRESA AIRBNB:

4.1. Creación y evolución

En agosto del año 2008 los estudiantes de la Escuela de Diseño de Rhode Island (RISD) Joe Gebbia y Brian Chesky llegaron a la conclusión de que ese mes no podrían pagar el alquiler de su piso, el cual había ascendido un 25%. Resulta que aquella semana se celebraba en la ciudad de San Francisco, California, una importante feria de diseño, razón por la cual todos los hoteles de la ciudad se encontraban desbordados. Fue en aquel momento cuando a estos dos veinteañeros se les ocurrió la genial idea de crear una web y comprar unas camas hinchables para explotar al máximo el espacio sobrante de su sencillo apartamento.

De tal forma, ellos podrían hacer frente a ese alquiler más elevado, a la vez que quienes se hubiesen quedado sin hotel para el evento podrían acceder a esta nueva opción de alojamiento.

El nombre: "Air bed and breakfast", cama de aire y desayuno, Airbnb, así de fácil. El tercero en sumarse al proyecto fue Nathan Blecharzyk, apoyando al proyecto, secundando a Joe y Brian en la planificación y construcción de la web con el objetivo de publicar el anuncio. Tras un año, en 2009, recibieron una ayuda de 20.000 dólares por parte de la aceleradora Y-Combinator, para perfeccionar el modelo. Fue entonces cuando acortaron el nombre, dando lugar al actual "Airbnb". Se produjo pues el cambio más relevante en la empresa: las camas de aire y los sofás fueron relevados y comenzaron a comercializarse otros espacios como habitaciones, pisos y apartamentos dentro de la plataforma. Lo que había comenzado como una plataforma para "alquilar el sofá" y así poder llegar a fin de mes, daba el salto hacia el alojamiento tradicional, comenzando el conflicto con el sector hotelero.

Poco más tarde, la firma Sequoia Capital, de Menlo Park, inyectó nada más y nada menos que 600.000 dólares. Así es que acabaron por hacerse un hueco privilegiado entre el selecto grupo de fundadores de startups tecnológicas.

En 2011 la empresa ya estaba operando en 89 países y registraba más de 1 millón de reservas, entonces, tras este increíble desarrollo, inversores de Silicon Valley ³los financiaron con más de 112 millones de dólares.

A principio de 2012, tras haber realizado más de 10 millones de reservas, se instalaron oficinas en 6 ciudades: París, Milán, Barcelona, Copenhague, Moscú, y San Paulo.

"Airbnb es mucho más que sólo alquilar un espacio, es también gente y experiencias. Al final, lo que intentamos hacer es unir el mundo. No estás consiguiendo una habitación, estás consiguiendo un sentimiento de pertenencia" (Brian Chesky. 2014)

³ Es el nombre que recibe la zona sur del Área de la Bahía de San Francisco, en el norte de California, Estados Unidos. Se trata del centro líder para la innovación y desarrollo de alta tecnología, recibiendo un tercio del total de la inversión de capital de riesgo en Estados Unidos.

4.2. Situación actual

Actualmente Airbnb opera en más de 191 países y 34.000 ciudades. Posee más de 60 millones de huéspedes. GANANCIAS Y TARIFAS SEGÚN PAÍS (MANU VIDAL)

El 17 de noviembre de 2016 tuvo lugar en Los Ángeles, ciudad natal de la empresa, un "open" en directo de la empresa en el cual el cofundador Brian Chesky exponía la dirección de Airbnb, "un nuevo mundo de viajes inolvidables". Según el director ejecutivo, el problema es que en la actualidad la promesa de viajar junto con la expectativa que venden la mayoría de agencias de viaje no son satisfechas, ya que la realidad es que cuando uno viaja está solo y es el extranjero, es decir, uno no se mezcla con el entorno y hace cosas que los locales nunca hacen. Para algunas personas viajar es fácil pero no resulta mágico, y si se pretende llevar a cabo un viaje espectacular se debe dedicar demasiado tiempo en el proyecto que es la preparación: ir a lugares informativos, buscar en internet, consultar guías, descargar varias aplicaciones, consultar a conocidos, etc. Viajar debe de ser mágico y divertido, debemos encontrar los momentos mágicos inolvidables.

Así es, que Airbnb lanza una nueva idea, un nuevo concepto de viaje llamado "the hero's journey" (el viaje del héroe), término acuñado por el mitólogo Joseph Campbell en su libro "El hombre de las mil caras". El personaje comienza en un mundo ordinario para pasar a formar parte de un mundo diferente donde tiene un reto del cual es partícipe, se encuentra fuera de su elemento y conoce gente nueva, es entonces cuando entonces sufre una transformación, obtiene un don, para después volver a su mundo y compartir ese don.

A colación de este concepto, Brian Chesky destaca que el alojamiento es sólo una pequeña parte de un gran viaje, el cual debe de ser como muchas de las experiencias de los personajes que Joseph Campbell describe. Es en este punto en el cual la empresa siente la necesidad de crear y ofrecer una experiencia de viaje completa, basada en la magia de las personas que invitan a conocer las comunidades locales.

De esta forma Airbnb ha incorporado un nuevo programa en su plataforma llamado "City Hosts", "diseñado para ser mágico y fácil", el cual va a estar dividido en tres partes:

- Experiencias: son las propias experiencias que permiten sumergirse en la comunidad local, por lo que es ofrecido por el anfitrión y pueden ser un conjunto de experiencias en un día, o experiencias individuales de unas pocas horas. Estas experiencias se encuentran organizadas según las pasiones del usuario y por supuesto pueden darse también en la propia ciudad. De manera que el usuario compra un sentimiento de pertenencia, participa y se sumerge en experiencias inolvidables, y a su vez el anfitrión gana la posibilidad de "vender" sus conocimientos a través de la plataforma. Dentro de esta parte del programa existe un apartado de experiencias de impacto social, las cuales enviarán el 100% del dinero recaudado a organizaciones sin ánimo de lucro.
- Lugares: en vez de leer una guía que recomienda hacer cosas que los locales nunca harían o descargarse una app con una lista interminable de posibles lugares con innumerables recomendaciones como pueden ser los restaurantes, Airbnb pone a disposición guías elaboradas por los propios anfitriones, de forma que se puedan descubrir sitios auténticos desde la perspectiva local. Algunas de estas guías cuentan con audios, también realizados por los locales, con los que complementar los viajes. Esta parte del programa cuenta con un mapa en el cual se pueden observar distintos lugares como restaurantes que se pueden reservar a través de la app.

- Viajes: aquí se encuentra el itinerario del viaje. Gracias al teléfono móvil, que permite llegar adecuadamente a los sitios y ser espontáneo durante el viaje, se pueden guardar en los itinerarios todas las reservas que van siendo realizadas a través de la app, que recomendará a cada usuario distintos lugares y eventos según sus preferencias.
- Vuelos y servicios: la empresa pretende también incorporar en un futuro estos otros dos puntos a su baraja de ofertas.

Cabe destacar que esta nueva incorporación no estará disponible hasta enero de 2017, hasta entonces se puede contar con la versión beta, que ya cuenta con 12 ciudades en su registro para más tarde ir expandiéndose: Detroit, Londres, París, Nairobi, La Habana, San Francisco, Cape Town, Florencia, Miami, Seúl, Tokio y Los Ángeles. En 2017 serán incorporadas otras 50 ciudades, finalmente con el objetivo de acabar formando una red mundial.



Imagen 1 Paquetes de experiencias de Airbnb
Fuente: Airbnb

Un nuevo estudio, llevado a cabo por la empresa 7Park Data, trata de demostrar que, al menos en lo que se refiere a las agencias online, la irrupción de Airbnb no ha supuesto un desgaste significativo de su negocio. De hecho, el informe asegura que el gasto en agencias online se ha reducido apenas un 2% en el último año y que el impacto para los hoteles, de aquí a 2020, apenas superará el 5%.

Se han obtenido unas gráficas de skift.com que permiten hacerse una idea sobre la situación de Airbnb a nivel global:

AIRBNB-ACCOMMODATED DEMAND AS A PERCENT OF TRADITIONAL HOTEL DEMAND (U.S.)

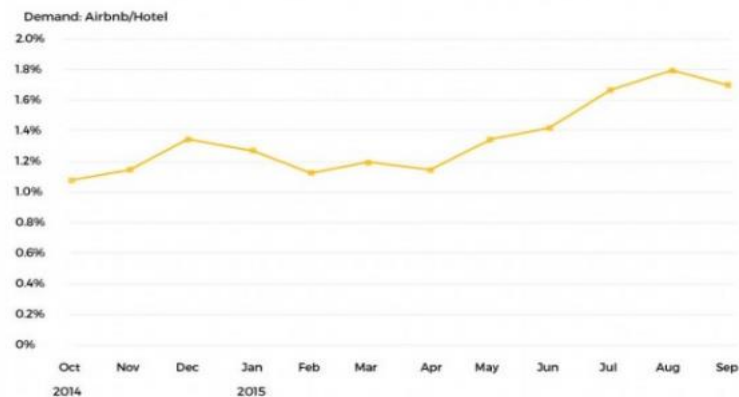


Gráfico 1 Demanda de airbnb vs hoteles
Fuente: Hosteltur

- En el grafico anterior observamos qué porcentaje de clientes han dejado de utilizar la infraestructura hotelera tradicional, pasando a formar parte de la comunidad de Airbnb, desde octubre de 2014 hasta septiembre de 2015. De ello se deduce que el gran crecimiento que experimenta la página genera un impacto negativo en gran parte de la demanda hotelera tradicional.

AIRBNB VS. HOTELS BY REVENUE, Q3 2015

Company	Valuation/Market Cap	Q3 Revenue
Marriott International	\$18.59B	\$3.6B
Hilton Worldwide	\$23.2B	\$2.9B
Accor Hotels	\$10.2B	\$1.58B
Wyndham	\$8.9B	\$1.56B
Starwood Hotels	\$12.4B	\$1.4B
Hyatt Hotels	\$6.9B	\$1B
Airbnb	\$25.5B	\$340M
Choice Hotels	\$2.9B	\$241.5M

Gráfico 2 Ingresos de Aribnb vs. Cadenas hoteleras
Fuente: Hosteltur

- De este grafico se extrae el precio que en el que se encuentra valorada la empresa Airbnb en el mercado y los ingresos que ha obtenido en el tercer cuarto de año, es decir, durante los meses de julio, agosto y septiembre, en comparación con algunas cadenas hoteleras que representan públicamente su competencia directa. Se observa que la empresa representa el mayor valor en el mercado, específicamente de 25.5 billones de dólares, y también que se encuentra en el séptimo puesto de la lista con

unas ganancias de 340 millones de dólares durante el tercer trimestre de 2015 frente a los 3.6 billones que obtuvo el gigante Marriott International.

AIRBNB VS. PUBLIC COMPETITORS: REVENUE GROWTH

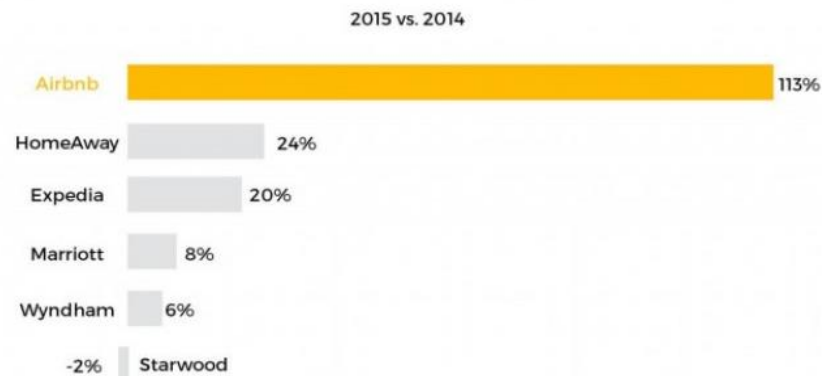


Gráfico 3 Crecimiento de ingresos Airbnb vs competidores principales
Fuente: Hosteltur

- En el último gráfico se aprecia el crecimiento de la empresa Airbnb frente a sus principales competidores comparando el estado de 2014 con 2015, mostrando los ambiciosos planes de crecimiento de la plataforma. Cabe destacar que resulta bastante más fácil crecer cuando se trata de una nueva empresa que cuando se tiene un largo recorrido en el sector.

Con el objetivo de comparar los turistas extranjeros que se hospedan en hoteles con los que se hospedan en viviendas de alquiler, se ha extraído la siguiente gráfica del INE que representa la tasa de pernoctaciones en dichos alojamientos desde octubre de 2015 hasta septiembre de 2016 en Cantabria. Se puede deducir la progresiva evolución de las plataformas peer-to-peer frente al sector hotelero, quien mantiene una tasa más estable.

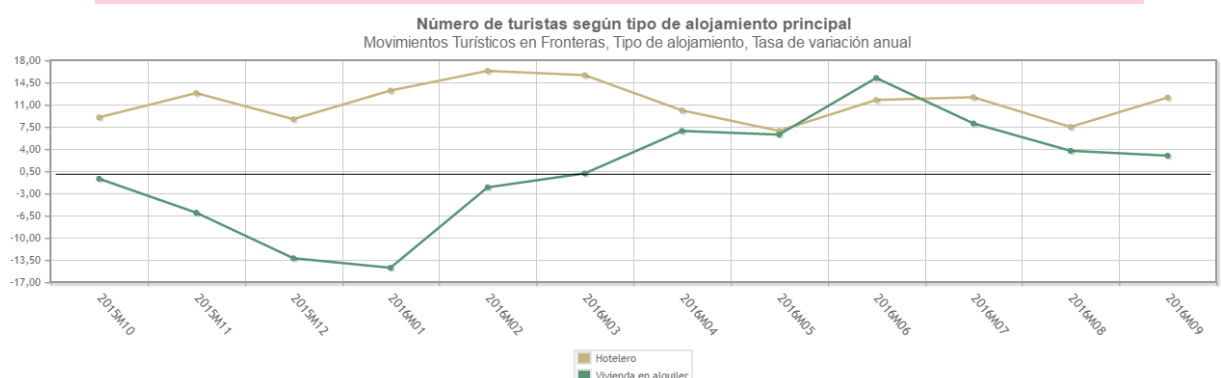


Grafico 4 Entrada de turistas extranjeros según tipo de alojamiento: hoteles vs viviendas alquiladas
Fuente: INE

Gracias a Airdna, la base de datos pública de la plataforma que se actualiza cada mes, se puede realizar un análisis de la situación actual de la empresa en la ciudad de Santander.

Actualmente, según Airbnb, cada anfitrión gana de media 237 euros al mes, un pequeño empujón para el particular que decide alquilar un espacio a través de la plataforma. El siguiente gráfico indica el número de anfitriones activos de la ciudad de Santander, es decir, que mantienen una actividad durante el pasado mes de octubre, en función del número de alojamientos que regenten. Encontramos 511 anfitriones activos con un espacio disponible a reservar, 88 anfitriones activos con dos o tres espacios regentados, y 48 súper anfitriones que manejan cuatro o más espacios para reservar.

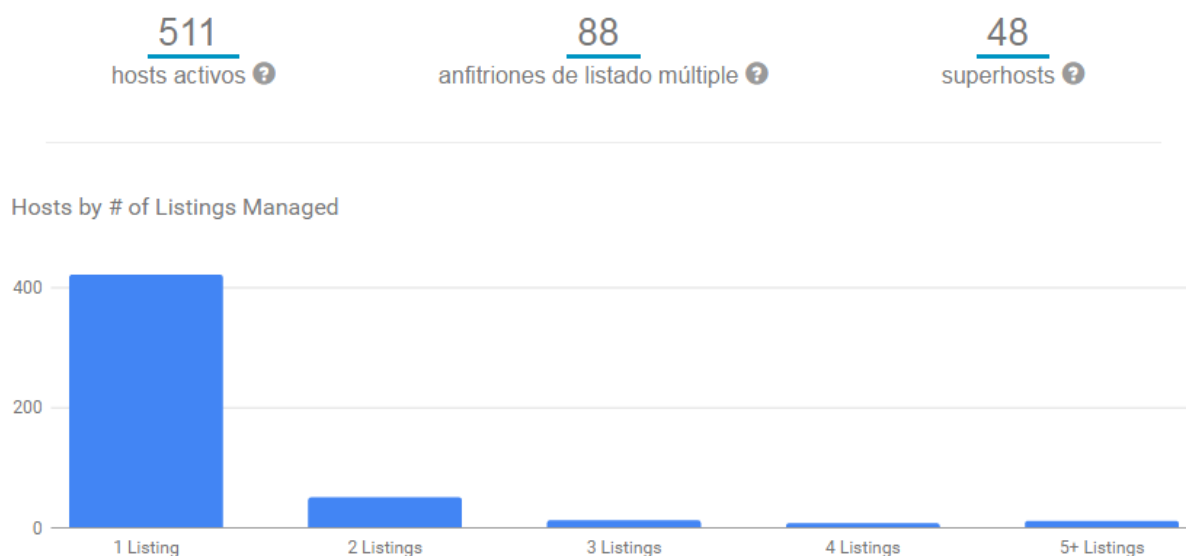


Grafico 5 Número de anfitriones en Santander según la cantidad de espacios que regentan
Fuente: Airdna

Encontramos 720 alquileres activos en la zona de Santander, de los cuales 514 son viviendas enteras, 200 habitaciones privadas y 6 habitaciones compartidas. De la totalidad de alojamientos, 247 cuentan con 10 a más comentarios, lo cual significa que cuentan con un buen nivel de acogida en la comunidad, cuantos más comentarios posea el espacio mejor aceptación recibirá por la comunidad de usuarios, de hecho existe un elevado número de anfitriones dispuestos a pagar por obtener buenas críticas en sus comentarios. La valoración es el punto clave a la hora de escoger el apartamento, situándose por encima de los comentarios, una buena valoración asegura un mayor porcentaje de reservas. En Santander únicamente existen 156 espacios con una valoración de 5 estrellas, lo cual representa el 21% de la totalidad de alojamientos.

Puede observarse como ha ido creciendo el número de alojamientos activos de Airbnb en Santander desde el año 2010 hasta 2016. De la totalidad de estos alojamientos, el 0,8% (5) son habitaciones compartidas, el 27,8%(200) son habitaciones privadas y el 71,4% (515) son espacios enteros.

720
alquileres activos Airbnb ?

247
10 o más comentarios

156
valoradas 5 estrellas

Cumulative Listed Properties
Of currently active listings

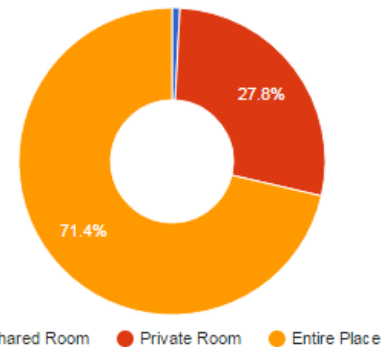
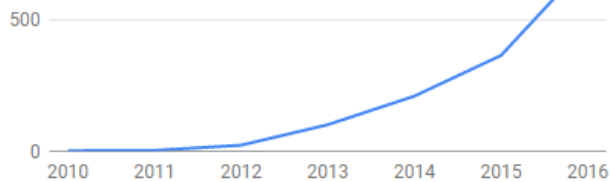


Gráfico 6 Número de alquileres de Airbnb en Santander

Fuente: Airdna

Gracias al siguiente gráfico se descubre la cantidad de habitaciones de cada alojamiento disponible en Santander. De esto se deduce que cerca de 200 alojamientos cuentan con dos habitaciones, seguido de unos 160 espacios con tres habitaciones. En tercer lugar se encuentran, con un número de más o menos 110 alojamientos, los alojamientos de una sola habitación, seguido por aquellos que cuentan con cuatro o más habitaciones que conforman unos 35 espacios. En último lugar se encuentran los Studios que apenas llegan a ser 15. Esto no refleja el éxito de cada alojamiento a la hora de la reserva, ya que perfectamente un Studio puede lograr un mayor número de reservas que un alojamiento con dos habitaciones.

Listings by # of Bedrooms
Entire place room type



Gráfico 7 Numero de alquileres de Airbnb en Santander según número de habitaciones

Fuente: Airdna

En los siguientes gráficos se observan con claridad los porcentajes que reflejan tanto la disponibilidad como la duración de las reservas efectuadas en Santander. En cuanto a la disponibilidad, parece ser que la mayoría de alquileres pueden ser alquilados hasta los seis meses, estando el 44,6% de ellos disponibles entre uno y tres meses, y el 41% entre cuatro y seis meses. Existe un 13.2% disponible de ser reservado entre siete y nueve meses, y un 0,4% entre diez y doce meses.

En lo referente a la duración de las reservas realizadas, la duración por excelencia se encuentra entre uno y tres meses conformando el 93,2%. De esto se deduce que la mayoría de los usuarios que emplean la plataforma para viajar no se quedan más de tres meses en el lugar de destino. El 6.8% restante se encuentra entre los cuatro y seis meses, un dato que no deja de ser sorprendente ya que se trata de un largo periodo vacacional.

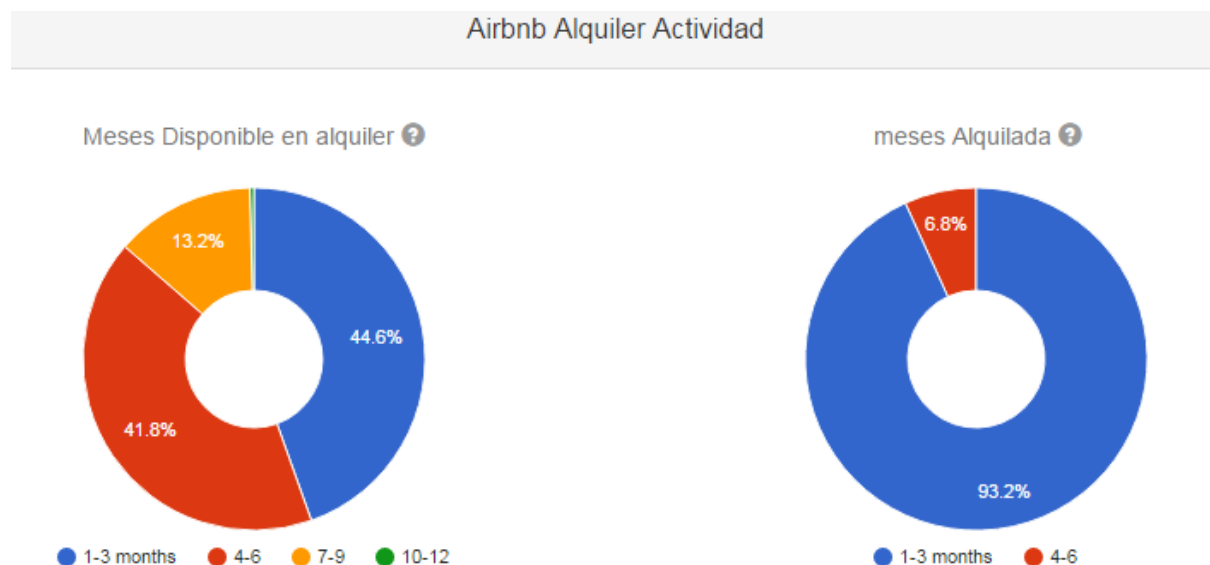


Gráfico 8 Disponibilidad de los espacios de Airbnb en Santander
Fuente: Airdna

En este último gráfico se expone el rango de ocupación según distintos percentiles, gracias a lo cual se observa una clara semejanza en sus trayectorias durante los meses de mayo y junio. En julio ha sido el percentil 90 quien ha desentonado siendo el único en descender, al igual que en agosto, solo que en este caso ha sido el que menos ha descendido en cuanto a ocupación. El mes de septiembre ha sido el percentil 75 el único en bajar la ocupación, aunque en poca medida. Los meses de junio y julio son los que mayor tasa de ocupación muestran. Resulta obvio que cuanto mayor sea el percentil mayor es el rango de ocupación, ya que mayor es la muestra a analizar.

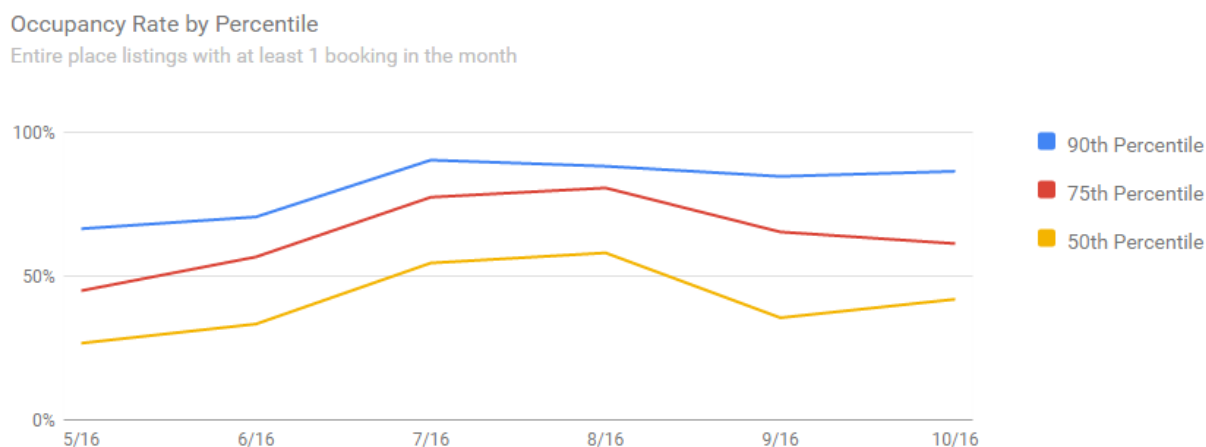


Gráfico 9 Tasa de ocupación de los espacios de Airbnb en Santander
Fuente: Airdna

4.3 Sistema de precios y tarifas

El sistema de tarifas es muy sencillo ya que cada vez que se produce una transacción entre huésped y anfitrión la empresa cobra una comisión sobre el importe total del precio de la estancia: un 3% al anfitrión y entre un 6% y un 12% al huésped dependiendo del coste total de la estancia.

El sistema de ventajas económicas que ofrece la empresa por invitar a nuevos usuarios y por los viajes o reservas que tanto uno mismo como dichos usuarios realicen, varía según el estado de la empresa y del mercado.

Inicialmente, en la plataforma de Airbnb, los usuarios eran quienes, a través de un estudio y una búsqueda manual de anuncios con varias similitudes afines, establecían el precio de la vivienda que ofertaban. Ha sido a partir de junio de 2014 que la propia empresa ha comenzado a proponer el precio a sus clientes a través de un algoritmo que detecta anuncios similares según sus características, ubicación, perfil del arrendador, número de habitaciones y camas, vecindario, comodidades y otros parámetros, y analiza su potencial competencia. De esta forma el sistema propone una cifra a sus clientes a la hora de establecer el precio del alquiler. Se trata de una recomendación dinámica y cómoda cuya puesta en marcha no ha resultado nada fácil dada la gran extensión de la empresa.

El algoritmo que utiliza la empresa tiene en cuenta la estacionalidad, la demanda, el precio medio, el éxito de las reservas y el área geográfica, entre otros. Estos valores se agrupan en los tres puntos clave: similitud, novedad y ubicación.

Así es que, para conocer las similitudes, se miden el número de camas del espacio, si se trata de una propiedad entera o de una habitación, la clase de vivienda (casa, apartamento, castillo, piso, loft) y la cifra de comentarios. Cabe destacar que existe un elevado número de clientes está dispuesto a pagar una prima por aquellas cuentas que gocen de muchos comentarios, un suceso que no se da en otros portales.

Tal es el nivel de crecimiento de Airbnb que se han creado otras plataformas que sirven de ayuda para los anfitriones. Una de estas plataformas es Inside Airbnb que, utilizando los datos públicos de Airbnb, proporciona estadísticas sobre los alojamientos, a nivel de ciudad, distrito y barrio

4.4. Perfil del cliente

La cartera de usuarios de Airbnb no tiene filtros, cualquiera puede entrar a formar parte de la comunidad, ya sea como anfitrión o como huésped. Así es que para conocer más de cerca el perfil del usuario que utiliza la plataforma de Airbnb se ha procedido a realizar una encuesta a 132 personas. De dicha encuesta se ha deducido lo siguiente:

Edad:

La media de edad de los encuestados es de 23,7 años de edad, de los cuales la mayoría se encuentran entre los 21 y 24 años que conformaban el 72,72. De esto se deduce que la encuesta ha sido realizada a gente joven, algo positivo para el trabajo, ya que este perfil es el más común entre los que utilizan Airbnb para viajar, es decir, se trata de una muestra óptima para conocer el perfil de los usuarios de la plataforma.

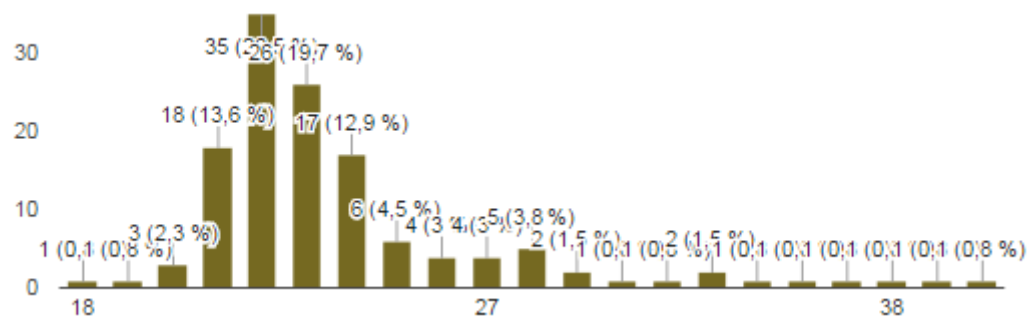


Gráfico 10 Edad de los encuestados
Fuente: Google Formularios

¿Con cuánta gente acostumbra a viajar?:

Gracias a esta pregunta se ha deducido que la mayoría de turistas, el 53%, viajan en grupos de cuatro o más acompañantes, algo que favorece el éxito de Airbnb, ya que proporciona una gran variedad de espacios para cualquier número de acompañantes, de modo que estos puedan alojarse juntos y compartir la experiencia. En segundo lugar se encuentran los viajes en pareja, conformando el 27,3%, algo significativo un cuanto a las preferencias que este consumidor puede tener, preparar paquetes para parejas puede significar llevarse un buen trozo del pastel.

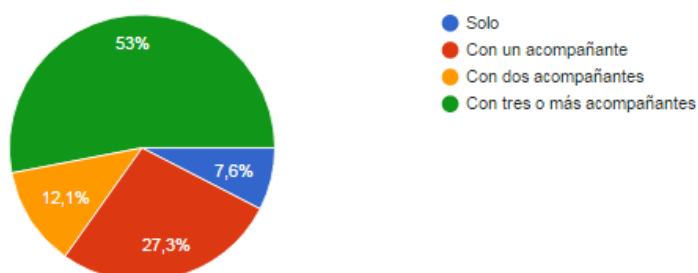


Gráfico 11 Numero de acompañantes en un viaje de los encuestados
Fuente: Google Formularios

Tipo de alojamiento vacacional según preferencia:

En cuanto a las preferencias del tipo de alojamiento, por poca diferencia entre las opciones, el vencedor han sido las plataformas peer-to-peer como Airbnb, seguido de cerca por el hotel, en tercer lugar con la misma puntuación el albergue y la casa rural, y en último lugar el camping. Queda demostrado pues que la gente joven prefiere utilizar Airbnb frente a la infraestructura tradicional, que debe adaptarse a los tiempos venideros si no quiere acabar desapareciendo. El Hotel sigue siendo una opción bastante recurrente que inspira confianza y seguridad en los consumidores, algo que se consigue con tiempo y dedicación, y por lo tanto más estable.

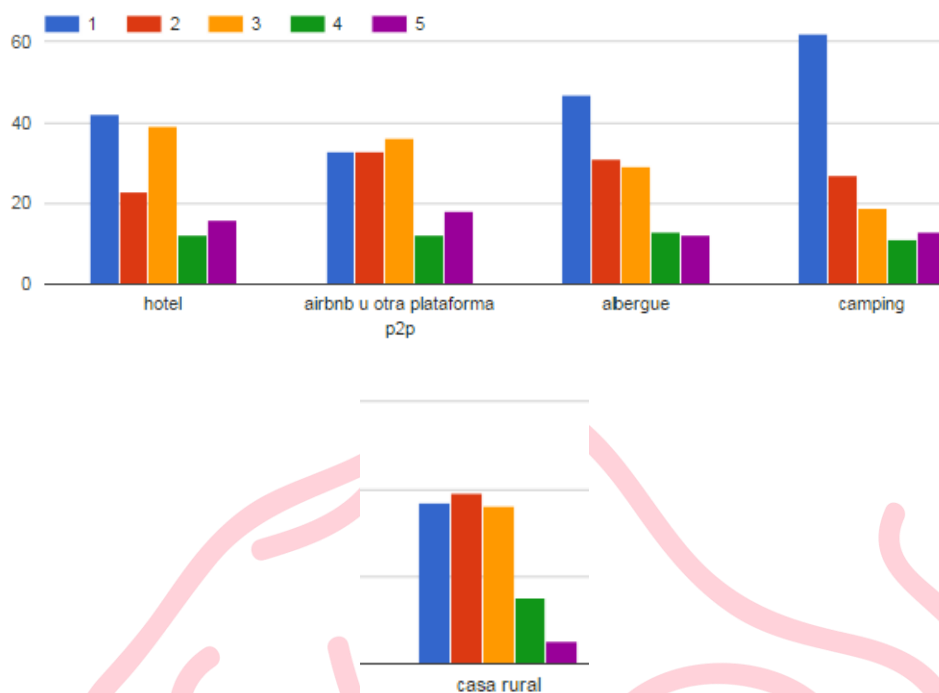


Gráfico 12 Alojamientos vacacionales según preferencia de los encuestados

Fuente: Google Formularios

El porqué de su elección:

Las principales razones por las que se han escogido dichas preferencias han sido el precio y la comodidad, seguido por la experiencia. Se podría deducir que estos factores son los que deberían de preocupar el sector turístico para lograr un mayor índice de visitas. Airbnb ya cuenta con un buen precio y comodidad, y en su próximo paso va a profundizar en la experiencia. El sector hotelero cuenta con un gran servicio para optimizar la comodidad, al igual que ajusta sus precios en la medida de lo posible dada la diferencia que distancia a estas dos partes, la regulación vigente.

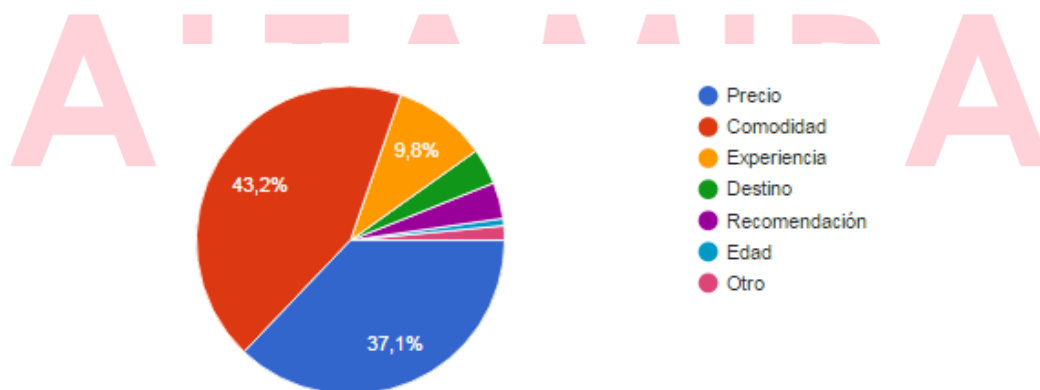


Gráfico 13 Causas de la elección del alojamiento vacacional según preferencia de los encuestados

Fuente: Google Formularios

En caso de que su preferencia sea Airbnb ¿repetiría la experiencia?:

Los datos recogidos representan que el 73,4% de quienes han utilizado Airbnb repetirían la experiencia y el 24,5% es cliente habitual de la plataforma, unos resultados muy favorables para Airbnb. Ya que está consiguiendo fidelizar a sus consumidores, un punto clave si pretende mantener su crecimiento.

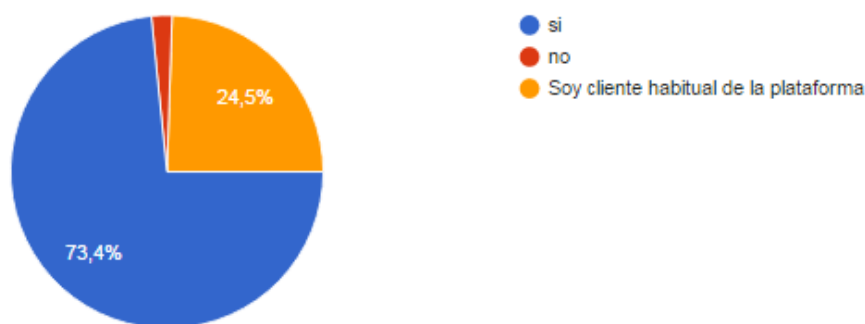


Gráfico 14 Resultado de la experiencia con Airbnb
Fuente: Google Formularios

Medio a través del cual realice la reserva:

En cuanto al medio más utilizado para reservar el alojamiento el protagonista es la página web con un 78%, seguido de las apps que representan un 15,2%. De esto se deduce la importancia de las nuevas tecnologías que son un canal de ventas y promoción fundamental para cualquier empresa. Un reducido 4,5% prefiere llamar por teléfono y 2,3% a través de agencias de viajes, quienes se ven cada día más afectadas por el rápido desarrollo tecnológico.

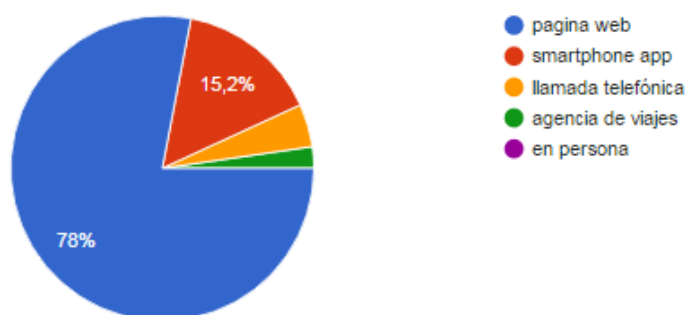


Gráfico 15 Medio a través del cual se realiza la reserva
Fuente: Google Formularios

Numero de comidas en el alojamiento:

El objetivo de esta cuestión es conocer el impacto que puede tener sobre la restauración la incorporación de Airbnb en el sector turístico, ya que la mayoría de espacios que ofrece cuentan con cocina. El resultado ha sido poco esclarecedor, ya que la mayoría de encuestados realiza únicamente una comida en el lugar de alojamiento, seguido de un 25% que realiza dos

ingestas y un 17,4% que no realiza ninguna. Pese a ello el hecho de contar con cocina en casa permite abaratar el gasto durante el viaje a la vez que perjudica al sector de la restauración.

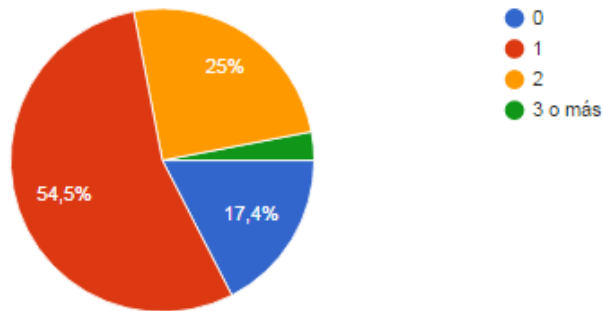


Gráfico 16 Número de comidas en el alojamiento
Fuente: Google Formularios

Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

5. ANÁLISIS DE LA WEB

Dada la naturaleza y el método de la empresa para ofrecer sus servicios la web es la parte más importante de esta empresa, ya que se trata del único canal para entrar a formar parte de ella, ya sea como usuario, como propietario e incluso como trabajador, o únicamente para conocerla.

El portal de Airbnb cuenta con una gran modernidad y sencillez, se trata de un sistema dinámico y bastante intuitivo, dotado de una gran orientación que permite al usuario encontrar cualquier tipo de información relacionada con la web, ya sea para formar parte como propietario cómo para buscar el alojamiento ideal en el lugar de destino, pasando por un elevado número de posibilidades que a continuación serán descritas.

La bandeja de bienvenida es muy clara e intuitiva, encontramos una frase de bienvenida que refleja la cara de la empresa: "Un lugar en el que vivir. Reserva alojamientos únicos y descubre cada destino como un habitante más". Esta frase indica la finalidad del servicio que ofrece la plataforma.

Encontramos típico buscador en el que se introduce destino y fechas del viaje, junto con el número de huéspedes, para después disponer de una serie de filtros como el tipo de habitación, el rango de precios, el número de habitaciones, baños y camas, y los servicios que puedan requerir para el alojamiento. También cuenta con un mapa dinámico a través del cual el usuario puede realizar una búsqueda por zonas, indicándose a su vez el precio de cada alojamiento y una serie de fotos del mismo que han sido colgadas por el propietario en cuestión. Una vez se haya decidido el alojamiento existe una breve descripción realizada por el propietario, estando conforme se reserva y contacta con el mismo, muy cómodo y sencillo.

En el menú de inicio aparece la posibilidad de registrarse en la página como usuario, lo cual suscita ganas, ya que en estas plataformas el papel que estos desempeñan tiene un elevado peso. Una vez registrado, existe la posibilidad de invitar a amigos a cambio de recibir 33€ por cada futuro usuario, además de recibir 30€ ambos por cada viaje realizado, y 65€ por el primer huésped. Esto es un gran método para ir incrementado a un ritmo exponencial la comunidad de Airbnb. Existe también la opción de programar futuros viajes como usuario del portal.

Ante cualquier duda se encuentra a disposición un apartado de ayuda en el cual se resuelve cualquier tipo de duda, desde solicitudes de reserva hasta precios y tarifas, pasando por aclaraciones legales, posibles modificaciones y cancelaciones, y toma de contacto con los anfitriones.

La bandeja de inicio se compone también de un panel con información sobre futuros eventos de la empresa como pueden ser retransmisiones en directo o encuentros de la comunidad de Airbnb.

Seguidamente se encuentran fotos de las ciudades con mayor afluencia de alojamientos en la web, lo cual induce a las ganas de viajar de cada usuario que pasa el ratón sobre ellas. Actualmente las ciudades que protagonizan este ranking son: Paris, Roma, Lisboa, Los Ángeles, Nueva York, Tokio, Londres, Barcelona, Ámsterdam y Berlín. Este top de ciudades va seguido de una guía con los mejores lugares de la ciudad o la zona de destino, creada por anfitriones locales de Airbnb. Dicha guía consta de varios apartados como: gastronomía, copas y vida nocturna, lugares emblemáticos, parques y naturaleza, arte y cultura, compras, elementos básicos, ocio y espectáculos, como moverse y todo lo demás. Y no solo eso, sino

que también se dispone de un ranking de los mejores atractivos de cada lugar. Se trata de un inmejorable servicio creado por los propios anfitriones que, cada día van incorporando más y más información a dichas guías. Sin lugar a dudas uno de los secretos del crecimiento exponencial de estas plataformas es hacer de los usuarios los propios protagonistas.

Finalmente al pie de la bandeja de entrada se halla un panel con diferentes puntos informativos:

- Información: este punto describe muy brevemente la empresa y presencia en el globo, se encuentra también el perfil de los cofundadores Joe Gebbia (Director de producto), Brian Chesky (Director ejecutivo) y Nathan Blecharczyk (Director técnico). De la misma forma aparecen a disposición los datos técnicos de la empresa.
- Prensa: En este apartado publicado por la empresa aparecen, primeramente, una serie de protagonistas periodísticos que parecen ensalzar la posición de la empresa, seguido de unas notas de prensa con el mismo papel. En el apartado de recursos de prensa están a disposición de los usuarios una galería de fotos y demás archivos informativos utilizados por la empresa.
- Empleo: Un increíble punto, una guía que a su vez refleja la personalidad de la empresa y anima a formar parte de ella, encabezado por la frase "crear un mundo que acerque a las personas". Esta herramienta que actúa como "coach" de quienes pretendan unirse y conocer la empresa más de cerca, se trata de una genialidad, un nuevo concepto para adoptar pupilos y expandir la comunidad que echando la vista atrás queda demostrado su increíble efectividad. Pueden observarse también comentarios de profesionales de elite en el sector y famosos, quienes han invertido en Airbnb. Vienen incluidos de la misma forma una serie de videos de los protagonistas de la comunidad como lo son el primer huésped, los becarios, los anfitriones, etc. La clave de este éxito reside en su lenguaje positivo y motivador reflejado en sus postulados:

"Conviértete en anfitrión"

"Con un gran espíritu colaborativo, se anticipa a las necesidades de otros, está siempre preparado, es auténtico y sabe escuchar. Ayuda a los demás y hace todo lo posible para evitarles molestias. Valora a la persona en su conjunto y actúa con humildad."

"Lucha por nuestra misión"

"De carácter entusiasta, comprometido y optimista, su prioridad es la comunidad de Airbnb. Sabe enfrentarse cara a cara con las situaciones y las resuelve. Contribuye a que las personas se sientan como en casa vayan donde vayan."

"Cada elemento es importante"

"Tiene visión de conjunto y le obsesiona la calidad. Valora los detalles, pero sabe dar prioridad a los que hacen falta."

"Ten un espíritu emprendedor"

"Lleva la creatividad en las venas. Cuando las opciones son limitadas, sabe aprovecharlas. Busca soluciones y persevera."

“Simplifica”

“Consigue priorizar y llegar a la raíz de los problemas. Sabe tomar decisiones y comunicarlas a los demás.”

“Entrégate a la aventura”

“Es flexible y no le da miedo correr ciertos riesgos. Tiene una mentalidad abierta y sed por aprender y descubrir. Le entusiasma lo que hace.”

- El programa de contratación es muy claro y sencillo, se divide por departamentos en los cuales vienen determinados los puestos de trabajos disponibles a los que se puede optar, estos a su vez pueden ser clasificados por destinos, es decir, las dos prioridades más importantes a la hora de optar a un puesto de trabajo: conocer el puesto y el destino. Existe un apartado únicamente dedicado a los ingenieros, quedando clara la relevancia de estos en la empresa. Consta también un programa de contratación y prácticas para universitarios sin formación laboral, con comentarios sobre las experiencias de los escogidos. El sistema de trabajo de Airbnb es el de formar pequeños equipos sólidos que consoliden una plataforma global.
- El centro de ayuda con el que cuenta la empresa contiene una gran variedad de temas resueltos ante cualquier preocupación o duda surgida desde cuestiones legales hasta problemas que puedan darse con una de las partes contratantes.
- Confianza y seguridad: este apartado de la web invita a confiar en la eficiencia de la empresa mostrando sus métodos de identificación y sistemas de seguridad a través de una interfaz de mensajes y evaluaciones según las experiencias de los huéspedes. También ofrece un servicio de garantía para los anfitriones que cubre hasta 800.000€. Airbnb cuenta con un servicio 24h los siete días de la semana para resolver cualquier problema.
- Invitaciones: aquí es desde donde cualquier miembro de la comunidad puede invitar a otros y obtener los beneficios económicos que la empresa ofrece para viajar y continuar creciendo.
- Airbnb Citizen: se trata de un apartado cuyo objetivo es poner en contacto a los diferentes tipos de anfitriones para conocer su situación pasando por diferentes culturas y generaciones y así afrontar los distintos retos del paradigma socio-económico actual, buscando obtener el mayor beneficio posible y optimizando la propia funcionalidad de la comunidad a nivel local y global.
- Airbnb Bussines: se trata de una técnica de captación y fidelización de clientes y empresas para que empleen los servicios de la plataforma, viajando por trabajo pero sintiéndose como en casa. Claro está estos miembros recibirán ciertos beneficios, como puede ser una red de anfitriones con servicios más selectos: plaza de parking, ubicación adecuada, una excelente evaluación del alojamiento, acceso prioritario, informes de gastos simplificados para la empresa, etc. Todo ello independientemente de si es individual o en grupo, de la longitud del periodo de estancia o incluso para realizar labores de trabajo fuera de la oficina. De este modo tanto huéspedes como anfitriones obtienen ventajas y optimizan su trabajo.
- Razones para hospedar: como no, una de las claves de la web es esta guía para convertirse en anfitrión. En ella aparecen una serie de pasos que ayudarán al usuario: como registrarse, publicar un anuncio, coordinar la disponibilidad del espacio, el

funcionamiento de la interfaz de mensajes, el recibimiento de los huéspedes, el sistema de pagos y tarifas, la garantía del alojamiento y el seguro de protección. Incluye también videos en los que algunos anfitriones describen sus experiencias como tal, siendo la misma comunidad quien avala el éxito de la plataforma. Es un sistema basado en la confianza y seguridad que tiene como objetivo adoptar anfitriones a un ritmo exponencial.

- Existe un punto que complementa al anterior, el cual trata de aconsejar al anfitrión para obtener un rendimiento óptimo del alojamiento estableciendo unos cánones recomendados y así recibir buenas valoraciones de los huéspedes. Estos cánones se fundamentan en la comunicación, el compromiso, un mantenimiento online actualizado, el recibimiento, la veracidad, la limpieza y la experiencia en general.
- Ser un anfitrión responsable: por último y dígame el punto que más controversia está causando en la actualidad, se encuentra un apartado en el cual se invita al anfitrión a conocer la legislación de su ciudad. Airbnb trata de concienciar a sus usuarios del compromiso que requiere regentar un alojamiento, haciendo especial énfasis en la legalidad vigente, que corre a cuenta de los propios usuarios. Es por ello que ha dedicado un espacio en su web en el cual quedan reflejados todos los requisitos y algunos consejos para evitar cualquier problema legal. Pese a los esfuerzos de la empresa por plasmar estos consejos como guía para los anfitriones, es en este punto donde se dan el mayor número de críticas hacia la empresa. Cabe destacar que al final de dicha guía queda indicado la exención de la empresa en cuanto se refiere a la responsabilidad legal de los anfitriones: "Por favor, ten en cuenta que Airbnb no puede controlar la conducta de los anfitriones y que, por tanto, nos eximimos de toda responsabilidad. Los anfitriones que no cumplan con sus responsabilidades podrían tener como resultado la suspensión de su actividad o la eliminación de su cuenta de la página web de Airbnb."

La app de Airbnb persigue unos cánones de diseño y funcionalidad similares a los de la web, con las diferencias que su naturaleza ofrece: alojarse de una manera más accesible en los dispositivos tecnológicos (móviles y tablets) y limitaciones en cuanto al acceso informativo y didáctico para los usuarios. Se podría decir que es una versión con lo fundamental para gestionar las reservas y los viajes de una forma más fácil y accesible.

En definitiva, tras analizar la plataforma de reservas de Airbnb, uno comprende el éxito que esta ha protagonizado desde su creación. La empresa es consciente de que se trata de su canal de ventas, su carta de presentación, su imagen, y por ello ha hecho de ella la base de su estrategia de negocio. Así es que la página ha ido sometándose a continuas mejoras y lavados de cara que le han llevado a ser una de las mayores startups del mundo. Un punto clave de su éxito es dejar que sean los propios usuarios quienes cuelguen cualquier tipo de información de su lugar de residencia, de manera que la empresa únicamente tenga que encargarse de ir actualizando la página.

6. MARCO LEGAL

Cada país cuenta con su propia legislación en lo que a la aplicación de impuestos sobre los servicios de alojamiento se refiere. La empresa Airbnb se encarga de informar sobre ciertas pautas y anima a cada anfitrión a que consulte la legislación local. La economía que ha surgido a partir de la era digital y el colaboracionismo se encuentra en un vacío legal que ha beneficiado en cierto modo a Airbnb y el resto de empresas colaborativas.

España, pese a ser una potencia mundial en turismo, no cuenta con un nivel legislativo capaz de reglar la gran cantidad de infraestructuras turísticas que posee, causando así situaciones de intrusismo y competencia desleal en contra de la calidad y la competitividad de los mismos destinos turísticos del país.

Ante esta situación el Gobierno de España ha decidido delegar el papel de regular este nuevo fenómeno a cada comunidad autónoma según su propia apreciación del panorama. Primeramente era la Ley de arrendamientos urbanos la encargada de regular el alquiler de viviendas turísticas por temporadas, pero el 23 de mayo de 2013 el Pleno del Congreso de Diputados aprueba la "Ley de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas" a causa de un aumento del uso del alojamiento privado para el turismo.

El problema al que se enfrenta España a partir de entonces es el hecho de delegar a cada comunidad autónoma el papel de llevar a cabo dicha regulación, es decir, 17 regulaciones distintas que pueden llevar a una situación de desconcierto y caos frente a las ventajas de unas comunidades sobre otras. Sin embargo todas coinciden en que el fenómeno de la irrupción de las plataformas colaborativas como Airbnb, precisan de una regulación más firme y clara, ya que actualmente el vacío legal en el que actúan está generando desventajas en el paradigma turístico con la infraestructura tradicional. Así pues cada comunidad debe actuar en consecuencia y llevar a cabo dicha regulación acorde a sus características y necesidades.

Según afirma Dña. Mónica Figerola en una jornada sobre "Derecho de la Competencia frente a la economía colaborativa", "cada una de las Comunidades Autónomas debe analizar y reflexionar sobre el modelo turístico que quiere para su destino, para su futuro y desarrollo y por lo tanto tendrá que adaptar esa regulación a las necesidades circunstanciales a la situación de cada región"(Figerola 2014).

6.1. Legislación en Santander, Cantabria

El turismo es un punto clave en Cantabria, y sobre todo en Santander, tanto a nivel de empleo como económico, y en los últimos años ha venido incrementándose en mayor medida gracias al turismo peer to peer, en especial a la empresa Airbnb, dada su presencia en la ciudad. Esta incorporación al paradigma turístico local ha causado recelo y protestas por parte de la infraestructura tradicional, lo cual no es de extrañar, ya que supone una competencia directa que no cesa en su crecimiento y a su vez ofrece ciertas ventajas económicas a sus clientes.

Tras apartar las viviendas turísticas de la Ley de Arrendamientos Turísticos, el Gobierno de España incita a las comunidades autónomas a que regulen este vacío según les convenga. Así es que Cantabria modifica el Decreto 82/2010, de 25 noviembre, donde antes se regulaban

los establecimientos de alojamiento turístico extra hotelero, con el nuevo Decreto 19/2014, de 13 de marzo.

Tras los efectos de la ley reguladora del alojamiento extra hotelero en la Comunidad autónoma de Cantabria, cabe destacar estas normas generales, obtenidas desde la página web www.vacaciones-espana.es para la admisión como dicha infraestructura de una forma clara y concisa:

- "Cualquier entidad jurídica - individuo o negocio - puede solicitar una licencia para abrir su 'Alojamiento extra-hotelero'.
- Dicha persona no puede vivir en la propiedad al mismo tiempo que alquile su propiedad, así como tampoco está permitido el alquilar de habitaciones individuales en su hogar. No se puede alquilar una propiedad para a su vez subarrendarla.
- Todas las propiedades deben ser adaptadas para personas con discapacidad, en base a los parámetros establecidos en el Código Técnico de Edificación (CTE) o después de la actual legislación para la eliminación de las barreras arquitectónicas. Su casa recibirá una calificación de calidad de 1, 2, 3 y 4 llaves. Toda la información acerca de su propiedad - precios, folletos, facturas y publicidad, debe estar disponible por lo menos en Castellano e Inglés. Y debe indicar claramente su categoría y grado de calidad.
- Si se decide no registrar su alquiler de vacaciones, se podrá seguir ofreciendo alquileres de vacaciones a corto plazo en virtud de la Ley de Arrendamientos Urbanos - LAU (Ley Arrendamientos Urbano). Para ello, debe ofrecer un contrato de alquiler por cada reserva y declarar todos sus ingresos en su declaración de impuestos. Sin embargo, no se debe anunciar su alquiler de vacaciones en cualquier lugar utilizando los términos: vacacional, vacaciones, turístico o incluso utilizar cualquier otro término que sugiera un alojamiento turístico.
- Se debe contar con sistemas contra incendio y de seguridad. Si su apartamento de alquiler de vacaciones está situado dentro de un bloque de apartamentos, el edificio debe tener un sistema de protección contra incendios, alarma de pánico, dispositivos de iluminación de emergencia y señales de evacuación como un plano del edificio en su entrada.
- Todas las propiedades deben tener un sistema de calefacción que funcione y agua caliente disponible en todos los cuartos de baño y cocinas. Las propiedades que obtengan tres o cuatro estrellas, también deben ofrecer un sistema de aire acondicionado frío / calor.
- Usted presentará su formulario de 'Declaración Responsable' (Declaración Jurada) en la Dirección Regional de Turismo. La legislación establece que usted debe hacer esto antes de comenzar su actividad. Sin embargo, incluso antes de que pueda presentar su solicitud, usted tendrá que solicitar una licencia municipal de apertura en su ayuntamiento local (ayuntamiento) y registrar su actividad con Hacienda (Agencia Tributaria) y la oficina del Seguro Social.
- Se debe contar con el seguro de responsabilidad civil correspondiente. Para la ocupación de hasta 25 personas tendrá que sacar una responsabilidad mínima de 175.000 €. La póliza debe ser presentada dentro de un mes de su aplicación y por supuesto, debe ser efectiva desde el día de la inauguración de su alquiler de vacaciones, hasta que cese la operación". (Bravo, 2014)

Tras analizar la normativa del Decreto 82/2010 de 25 de Noviembre, cabe diferenciar entre los distintos tipos de viviendas vacacionales: alquileres de temporada y alquileres turísticos, siendo los segundos los pertenecientes a las plataformas colaborativas como lo es Airbnb, ya que se refiere a alquileres de corta duración. En cambio los primeros conforman el alquiler tradicional que suele ser reservado por una duración mayor a un mes y es quien realmente representa a la competencia. En lo referente al panorama legal la diferencia entre los tipos de vivienda vacacional viene dada básicamente por el canal que emplean para anunciarse. Quedando los alquileres de temporada reglados por la Ley 29/1994 de 24 de noviembre, llamada de Arrendamientos Urbanos.

En Cantabria se está controlando adecuadamente la actividad de las viviendas de alquiler turístico, ya que muchas personas que publicaban sus espacios a través de canales como Airbnb y que no contaban con los permisos necesarios, han sido bien informados de la situación que corren y del procedimiento que deben seguir para reglar sus alquileres y así no ser sancionados.

En la mayoría de los casos, los propietarios de Airbnb pagan sus impuestos sobre la renta que obtienen, ya sea como persona física o jurídica, mientras que para las empresas de hostelería se trata de impuestos corporativos, una importante diferencia a la hora de regular la actividad de la infraestructura turística.

El objetivo de dicha regulación es acabar con el intrusismo laboral, la competencia desleal en el sector y con la economía sumergida, a la vez que se mejora la calidad de la experiencia que reciben los turistas.

En lo referente a la regulación de la actividad de mediación turística, Cantabria expone en el Decreto 49/2011, de 19 de mayo, donde se regula dicha actividad desarrollada por agencias de viajes, centrales de reservas y organizaciones profesionales de congresos en el ámbito de la Comunidad Autónoma. Esta dicta que aquellos que desenvuelvan su actividad a través de medios electrónicos de la sociedad de información han de disponer obligatoriamente de los medios óptimos para que los consumidores puedan acceder, de forma segura, sencilla y continuada a una información de calidad.

Airbnb cumple con esta normativa sobradamente, y su recorrido en el mundo tecnológico lo demuestra, de hecho sigue perfeccionando sus medios día a día. Un punto clave de su constante evolución es la contratación miembros jóvenes y ampliamente cualificados, capaces de aportar innovaciones a su sistema de servicios.

6.2. El Caso Barcelona

Se trata del caso que mayor controversia ha despertado en España. El problema que se da en esta ciudad es que se encuentran cerca de 10.000 alojamientos sin licencia anunciados en la página de Airbnb, lo cual ha levantado enormes críticas hacia las plataformas colaborativas que actúan en un vacío legal. Así es que primeramente cabe analizar la regulación establecida en esta ciudad:

“Las viviendas de uso turístico son viviendas cedidas por su propietario, directamente o indirectamente, a terceros, de manera reiterada y a cambio de contraprestación económica, para una estancia de temporada, en condiciones de inmediata disponibilidad y con las características establecidas por el Decreto 159/2012 de 20 de noviembre.”

La vivienda debe cederse entera y cumplir las condiciones siguientes:

- Disponer de la cédula de habitabilidad y satisfacer en todo momento las condiciones técnicas y de calidad exigibles a las viviendas en general.
- No puede ser ocupada con más plazas que las indicadas en la cédula.
- Debe estar suficientemente amueblada y dotada de los aparatos y enseres necesarios para su ocupación inmediata, y en perfecto estado de higiene.
- Las viviendas de uso turístico requieren la correspondiente comunicación previa de inicio de actividad al ayuntamiento competente.

Actualmente en la ciudad de Barcelona el Plan especial urbanístico para la regulación de las viviendas de uso turístico en la ciudad de Barcelona es la normativa de aplicación.

La última noticia sobre la situación de Airbnb en Barcelona es del 24 de noviembre de 2016, día en el que la alcaldesa Ada Colau decide imponer una multa de 600.000€ tanto a Airbnb como a Homeaway por continuar anunciando pisos sin licencia, y es que desde julio la alcaldesa ha logrado cerrar más de 700 viviendas que estaban siendo alquiladas a turistas sin contar con licencia y ha abierto 2.943 expedientes. Según la alcaldesa "la ciudad está en peligro de caer en una burbuja inmobiliaria de nuevo." "Se les multa con el máximo previsto por la Ley de Turismo en base al número de anuncios publicados (3.812 en Airbnb y 1.744 en Homeaway), al beneficio económico que obtienen, a la posición dominante en el mercado de las dos empresas y a la reincidencia en la infracción."

Ante esta situación Airbnb recurrirá a la multa adoptando un camino de dialogo abierto, afirmando que "es una decisión triste" y que el pasado mes de octubre durante una reunión con representantes del ayuntamiento recalcó la intención de comprometerse a trabajar conjuntamente para apoyar los intereses de la ciudad, "Airbnb es parte de la solución de Barcelona, quiere ser un aliado de las ciudades y seguirá buscando el diálogo con el ayuntamiento." La plataforma expone que las normas que regulan a la infraestructura tradicional están anticuadas y protegen a estas a la vez que amenazan los intereses de los particulares. (La Vanguardia, Barcelona multa a Airbnb y Homeway con 600.000 euros por seguir anunciando pisos sin licencia).

La realidad queda representada en el siguiente gráfico, que muestra los espacios ofertados a través de la plataforma de Airbnb en la zona de Barcelona:

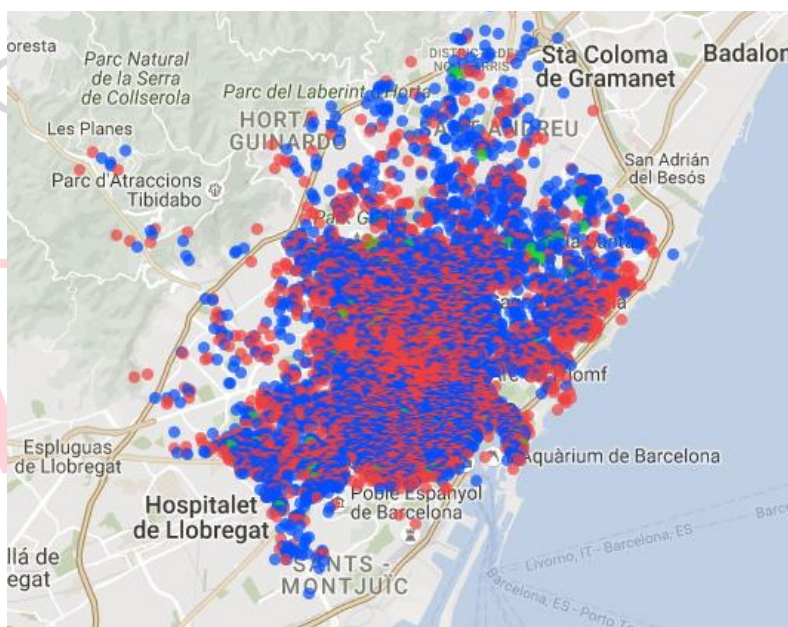


Gráfico 17 Mapa de alojamientos de Airbnb en la zona de Barcelona
Fuene: Airdna

Barcelona cuenta con 10.988 anfitriones activos, de los cuales 3.016 cuentan con entre dos y cinco alojamientos, y 440 son súper anfitriones, es decir, que regentan más de cinco espacios a través de la plataforma.

En cuanto al número de alojamientos con los que cuenta la zona, es de 18.883 espacios activos, de los cuales 8.848 cuentan con más de diez comentarios, y 3.769 mantienen una calificación de cinco estrellas. En el siguiente gráfico se aprecia la increíble evolución del número de alojamientos de Barcelona desde 2009 hasta la actualidad:



Gráfico 18 Evolución del número de espacios de Airbnb en Barcelona
Fuente: Airdna

En este último gráfico queda representada la tasa de ocupación de los alojamientos desde noviembre de 2015 hasta octubre de 2016 a través de distintos percentiles, quedando demostrado tanto el éxito de la plataforma como la saturación turística con la que cuenta Barcelona.

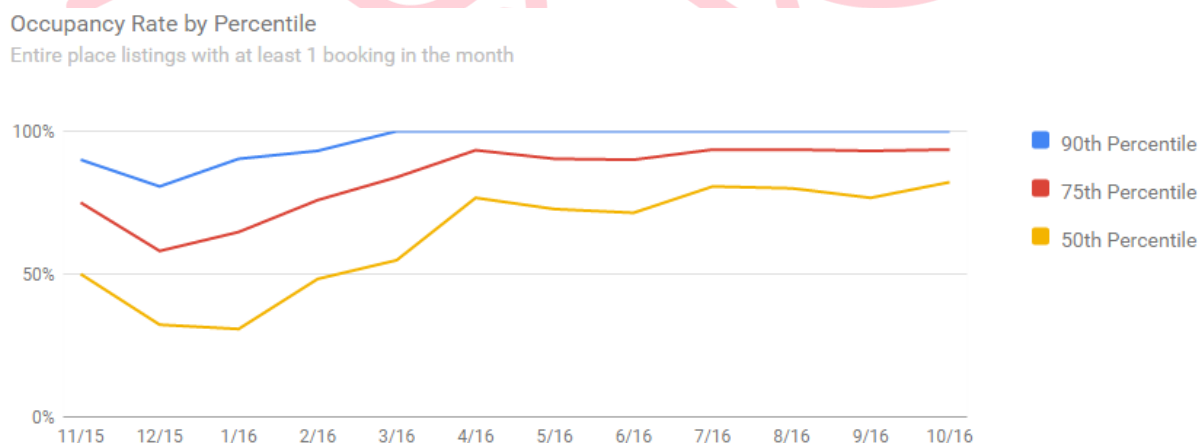


Gráfico 19 Tasa de ocupación de los espacios de Airbnb en Barcelona
Fuente: Airdna

Como se puede deducir, Barcelona sufre a día de hoy una sobresaturación turística que hace muy difícil mantener un control sobre la inmensa cantidad de oferta con la que cuenta. Es por ello que el ayuntamiento se ve obligado a sancionar las actividades de las empresas que no cumplan con la normativa implementada. De esta forma los particulares quedan exentos de cualquier sanción y nada impide que cesen en el ejercicio de alquilar sus espacios sin licencia a través de Airbnb.

7. VISIÓN DE LAS PARTES AFECTADAS

Para conocer los distintos puntos de vista frente a la irrupción de Airbnb en Santander se ha procedido a realizar una serie de entrevistas y así conocer de primera mano la situación a la que se enfrenta el sector turístico local.

7.1. La propia empresa

La dirección que pretende tomar la empresa es la de continuar actualizando su plataforma e ir incorporando nuevos servicios como lo son la elaboración de guías y paquetes de experiencias por parte de los anfitriones, la posibilidad de reservar también en restaurantes. Uno de los planes más ambiciosos que pretende llevar a cabo es la implantación de un sistema para reservar el transporte, desde vuelos hasta autobuses.

Airbnb pretende exprimir al máximo el vacío legal en el cual se desenvuelve el mayor tiempo posible hasta que empiecen a tomar medidas al respecto. Su misión respecto al sector turístico es la de poner en contacto a todos aquellos particulares que deseen poner en alquiler un espacio con aquellos que busquen alojarse alrededor de todo el mundo. Para ello deben contar con una gran aceptación e introducción en los países donde visualice un óptimo nicho de mercado, incrementando y expandiendo la comunidad de usuarios que usan la plataforma a la vez que oferta la oportunidad de adentrarse y conocer verdaderamente la cultura del destino de la mano de los locales, una experiencia auténtica que la infraestructura tradicional no ofrece, afirmando que antes de su incorporación en el paradigma turístico los turistas no realizaban las actividades que los locales practican.

La visión de la empresa es aspirar a convertirse en un referente dentro del sector turístico a nivel mundial y ser líder en el sector del alquiler de viviendas vacacionales entre particulares aumentando cada día más la comunidad de su red global.

7.2. Asociación de Hostelería de Cantabria

Gracias a la entrevista realizada al Presidente de la Asociación de Hostelería de Cantabria, Ángel Cuevas, se ha podido deducir que la principal preocupación para los hosteleros de la zona es la necesidad de llevar a cabo una regulación ante este nuevo fenómeno del peer-to-peer.

A los hosteleros no preocupa la incorporación de nuevos competidores, es algo a lo que están acostumbrados, pero siempre en igualdad de condiciones. Así es que ven en cierto modo injusto que estas plataformas eviten contar con una infraestructura física propia que reduce enormemente tanto sus gastos como el riesgo que corren en el mercado, convirtiéndose así en una competencia desleal. Es esta diferenciación en las condiciones con las que actúan lo que lleva al sector hostelero a agruparse para reclamar una regularización que permita equiparar ambos escenarios del mercado.

Existe también un intrusismo laboral que preocupa a la asociación, ya que son cada vez más los particulares que comercializan servicios a través de estas plataformas, desde el alquiler de viviendas hasta la elaboración de visitas guiadas sin la licencia oficial

necesaria. Expone pues, que resulta absurdo que este fenómeno perjudique a quienes cuentan con una formación y ofrecen servicios adecuadamente reglados por el organismo correspondiente, ya que el servicio que la actividad que ejercen, pese a contar con el 'sello de calidad', está viéndose descategorizado.

Otro tema que sobre el que enfatiza la asociación es la necesidad de estar en la vanguardia de las nuevas tecnologías, exponiendo el entrevistado Ángel Cuevas el caso de la cadena de hoteles NH. Esta vio reducido el número de reservas a causa de no contar con una red Wi-Fi de calidad en sus establecimientos y además cobrar por ella. Es por lo tanto fundamental conocer las preferencias de los consumidores para aplicar en consecuencia los servicios adecuados.

7.3. El sector hotelero local

Se ha realizado una entrevista a la Directora del Hotel Chiqui, Rut Cervilla, quien ha arrojado bastante luz sobre la visión que tiene el sector hotelero de Santander frente a la irrupción de Airbnb en la ciudad de Santander.

La primera reacción que provocó la incorporación de las plataformas colaborativas, en especial Airbnb, fue la de reclamar una regulación al organismo competente. Los hoteles siempre han sido conscientes de la existencia del nicho del alquiler de alojamiento vacacional y de la economía sumergida que ello causaba, por lo que no ha entendido la irrupción de Airbnb como un impacto fuerte en Santander. Pese a ello ha ido siguiendo muy de cerca el crecimiento exponencial que ha sufrido los últimos años y las transformaciones que esto ha causado en el consumidor, quien se ha adaptado muy fácilmente dada la necesidad de obtener un dinero extra tras la crisis por parte del particular.

Los hoteleros recalcan que al igual que ellos deben de contar con una serie de requisitos mínimos siguiendo la normativa exigida, los particulares deberían también contar con una serie de servicios debidamente regulados. De igual manera ven injusto la tributación de Airbnb en los países que mejores ventajas fiscales ofrezcan, ahorrando cierta cantidad en impuestos.

Si bien es cierto que la cantidad de alojamientos ofertados en Santander por Airbnb no asusta al sector hotelero, ya que afirma que a pesar de que la empresa se encuentre en 192 países la gran variedad de espacios que se ofrecen infla bastante los números, dejando clara su falta de transparencia. El problema reside en que Airbnb describe su papel como correcto, dejando la responsabilidad legal a los anfitriones, de los cuales una parte no cumple con sus deberes tributarios.

El sector hotelero explica que estos fenómenos que surgen de internet y al principio se encuentran en un vacío legal, con el tiempo precisan de una regulación. En Santander no se ha dado como en Madrid o en Barcelona, dos destinos que ya contaban con una gran demanda, pero convendría evitar esa problemática fiscal antes de que pueda suceder en nuestra localidad. Reconoce también que la oferta es atractiva para los consumidores, algo de lo que se puede aprender. Cabe destacar que va a ser la unión del hotelero la que va a permitir en el futuro que la regulación de estas plataformas siga hacia delante, un caso que ya se ha dado en otras comunidades y que debería a ser planteado en Cantabria.

Los hoteles confían en el empresario y la tramitación que estos requieren, pero Airbnb cada vez se acerca más hacia este perfil diseñando atractivos modelos para empresas con servicios exclusivos. Los primeros cuentan también con el perfil del cliente habitual de las

regiones cercanas y los que tienen por costumbre ir a determinados alojamientos, algo que cuidan pretendiendo evitar la deslealtad.

El punto fuerte con el que cuenta la infraestructura tradicional es la seguridad que ofrece, el turista conoce donde se va a alojar y va a contar con un servicio de calidad ofrecido por una plantilla bien formada. Los hoteleros ven necesaria una formación necesaria para todo aquel que oferte un alojamiento, ya que está en juego la imagen de Santander. Esto hoy en día tiene mucho peso dada la posibilidad de publicar en la red los comentarios que pueden fomentar una mala prensa tanto para el destino como para la plaza hotelera. Destacan también el grave daño que estas plataformas puede estar causando a las casas rurales de la provincia.

Al igual que la Asociación de Hostelería de Cantabria coinciden en cuanto a mantenerse al día en lo que a las nuevas tecnologías se refiere, algo que el tanto cliente de hoy en día precisa en todo momento, como los hoteles para encontrar en ellas nuevos y mejores canales de captación de clientes.

El sector hotelero confía en que una vez sea legalizado este nuevo fenómeno, a pesar de que Airbnb cuente con una plataforma que opere en muchos países y con un inmenso número de usuarios, va a caer bastante. A su vez admira la filosofía de Sarasola con Room Mates que ha pasado de tener hoteles a crear una marca que ha compartido el modelo de Airbnb, convirtiéndose en un hotelero muy dinámico cuyo caso hay que seguir de cerca. Afirman pues que si algunas cadenas hoteleras comenzasen a imitar ese modelo quitarían parte del mercado a la empresa gracias a las ventajas con las que cuentan.

7.4. El agente regulador

Gracias a una entrevista realizada a Eduardo Arasti Barca, ex Consejero de Innovación, Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de Cantabria, se ha obtenido una visión sobre la actuación de las plataformas p2p y su regulación.

Según los datos de IMPACTUR 2014 el turismo genera el 10,9% del PIB en Cantabria y da lugar a 24.590 empleos, así es que la actividad turística de la región es un punto importante para la economía local. El reto al que se enfrenta el sector turístico es siempre el de mejorar tanto en cifras como en calidad.

El papel empeñado durante los últimos años en contra del intrusismo y la economía está dando sus frutos, ya que se han llevado a cabo más de 700 inspecciones en contra de este fenómeno que es el turismo colaborativo. Dichas inspecciones han dado como resultado más de 150 sanciones, por lo que se deduce que se están tomando medidas eficaces.

No se puede considerar como una amenaza la irrupción de Airbnb, el hecho de la increíble rapidez con la que están evolucionando las relaciones gracias a Internet es un tema que nos ha sobrevenido y que debe ser regulado en los Parlamentos para impedir el deterioro de la calidad y el servicio del turismo local a la vez que las cifras del PIB y empleo crecen.

En cuanto a los valores que puede aportar dicha regulación son la búsqueda del beneficio para el sector turístico al completo, del mayor acuerdo posible de las partes y "que el sector sienta la norma como propia, frente a los que la incumplen"

7.5. El cliente: anfitrión y huésped

Anfitrión:

Son cada vez más los particulares que deciden convertirse en anfitriones y ganar un dinero extra alquilando sus espacios. Para conocer de primera mano la visión del anfitrión en Santander se ha realizado una entrevista a José María Calle propietario de un alojamiento.

La experiencia de los propietarios de espacios alquilados a través de Airbnb es fantástica, ya que obtienen buenos balances económicos. En el caso de José María y su familia, estaba acostumbrado a alquilar viviendas durante sus vacaciones debido a una mayor comodidad, por lo que pensó que la idea de Airbnb encajaba perfectamente en su manera de ver las cosas.

Cuando su vivienda empezó a ser menos frecuentada hablaron con conocidos que utilizaban la plataforma para alquilar sus viviendas y al ver que estos estaban encantados con el resultado decidió sumarse a la comunidad de anfitriones.

Afirma que alquilando la casa consigue un dinero extra que sirve tanto para sus propios gastos como para mantener y mejorar las condiciones de la vivienda, además conoce gente (la mayoría extranjeros) con la que se siente muy a gusto.

En lo referente a los servicios que ofrece el portal de Airbnb, le parece perfecto, "Está organizado de tal manera que tanto el cliente como el propietario de la vivienda tiene la posibilidad de 'evaluar' al otro. Por eso, es difícil que alguna de las dos partes se sienta defraudada". El sistema de pago es muy cómodo, ya que no se tiene que estar pendiente al ser la página quien se encargue de gestionar dichos pagos.

Los anfitriones comparten la filosofía de la empresa de introducir en la mayor medida posible al huésped en la cultura local, el hecho de poder compartir sus conocimientos sobre su lugar de residencia les resulta un auténtico placer.

Por todas estas razones, el anfitrión, a su vez, siempre que tenga la oportunidad acudirá a Airbnb para alquilar un espacio a la hora de realizar un viaje, quedando demostrada la eficiencia de la plataforma y de sus servicios.

Huésped:

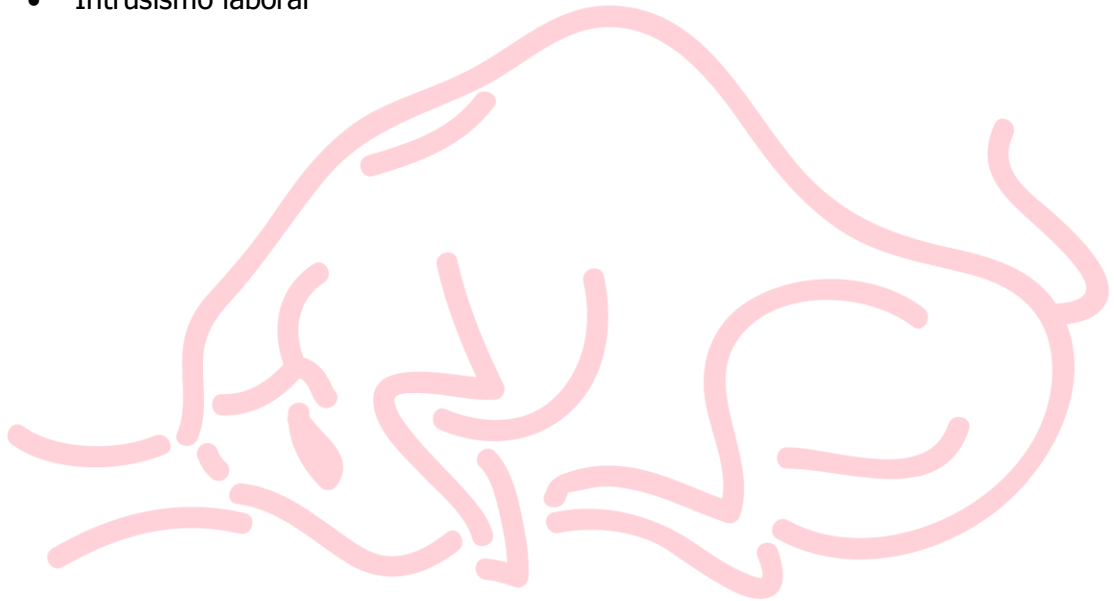
Para lograr conocer la visión con la que cuenta el consumidor de Airbnb se introdujo una pregunta en la encuesta realizada a las 132 personas. Dicha pregunta demandaba la opinión del consumidor sobre los factores positivos y negativos que genera Airbnb. De la totalidad de las respuestas se han destacado las más significativas.

Factores positivos que genera Airbnb:

- Encontrar algo barato en cualquier ciudad del mundo.
- Comodidad
- Genera más turismo
- Nuevas experiencias
- Evaluación de la experiencia en la plataforma
- Oportunidad de involucrarse en mayor medida en la zona visitada
- Mayor diversidad y flexibilidad de la oferta
- Motor de empleo
- Intimidación

Factores negativos que genera Airbnb:

- Incertidumbre
- Desconfianza ante posibles estafas
- Competencia desleal para los hoteles
- Dífícil administración
- Fraude fiscal
- Menos servicios específicos
- Poca seguridad
- Falta de legislación
- Intrusismo laboral



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

9. ANÁLISIS DAFO

A modo de recopilación propongo el siguiente D.A.F.O que muestra las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades que ostenta la empresa Airbnb frente al sector turístico tradicional de Santander.

Fortalezas:

- Crecimiento exponencial desde su creación en 2008
- Un sistema de pago seguro
- Anfitriones cubiertos por un seguro de hasta 35.000€ por desperfectos o robos.
- Constante inversión en I+D aplicable a la plataforma
- Servicio de atención al cliente 24h 365 días al año
- Contacto directo con el anfitrión a la hora de realizar la reserva
- Un importante ahorro en infraestructura que a su vez reduce el riesgo
- Buen posicionamiento ante el contexto de la crisis
- Correspondencia del espacio con la información y las fotografías garantizada
- Personajes de renombre forman parte de la comunidad. Ej. Donald Trump
- Gran variedad de ofertas

Debilidades:

- Los parámetros que establecen los anfitriones, tales como la disponibilidad o la fianza
- El anfitrión puede cancelar la reserva en cualquier momento sin proporcionar opciones al turista
- Gran porcentaje de los beneficios destinados al desarrollo de la web
- La estacionalidad de Santander
- El pago por adelantado

Amenazas:

- El uso del alojamiento sin contar con la vigencia legal
- Uso de la plataforma como canal de distribución por los competidores
- Modelo de negocio muy imitable
- Posible cambio en la regulación de este sistema de negocio que perjudique a los usuarios y por tanto a la propia plataforma
- Modernización de la infraestructura hotelera tradicional

Oportunidades:

- Atracción de turistas con nuevos perfiles
- Adopción en la plataforma de personalidades reconocidas socialmente
- Aumento del uso de las nuevas tecnologías como canal de compra, y como canal de promoción
- Implementar nuevos programas que abarquen nuevos mercados como el transporte y la restauración

8. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

El desarrollo de las nuevas tecnologías y su método de uso han sobrevenido al mercado. El protagonista de esta revolución es sin duda el consumo colaborativo a través de plataformas desarrolladas por personas que han sabido ver el potencial de Internet. Así es que han creado plataformas donde los usuarios, es decir, cualquiera con acceso a la red puede no solo compartir información, sino también bienes y servicios y así obtener beneficios económicos de una forma fácil y sencilla. El cliente ha pasado a ser quien determina la calidad del servicio según su experiencia, compartiéndola con el resto de usuarios, quienes a su vez califican según los comentarios o calidad atribuida por el primero.

El problema se encuentra en el vacío legal en el que actúan dichas plataformas, lo cual les proporciona ventajas frente a la infraestructura tradicional, y no solo eso, sino que también han conformado una de las principales fuentes de intrusismo y de economía sumergida. Es por ello que deben ser reguladas acorde a las necesidades y características de cada comunidad con el objetivo de mejorar la infraestructura del mercado en beneficio de todas las partes.

El sector turístico ha sido el más influenciado, siendo una de los protagonistas del panorama la empresa Airbnb, quien desde 2008 no cesa de crecer exponencialmente. Su papel en un principio era el de ofrecer a los usuarios una forma de alquilar alojamientos a precios asequibles a cambio de una comisión del 3%, pero actualmente ha adoptado un mercado más amplio, vendiendo experiencias que llevan al turista a sumirse por completo en la cultura local. Para ello cuenta con una plataforma dinámica e intuitiva que no cesa de incorporar herramientas y servicios, lo cual no es de extrañar ya que se trata de su canal de ingresos, y por tanto el pilar de la empresa y la clave de su éxito.

La irrupción de esta empresa en Santander ha sido menor que en muchas otras ciudades españolas pero es precisamente por evitar esa situación de descontrol y mala gestión por lo que se debe plantear un proceso de regulación frente al turismo p2p, siempre con el objetivo de beneficiar el turismo en la ciudad.

Por todo ello se plantean una serie de propuestas:

- La normativa de alojamientos extra-hoteleros debería ser revisada para definir con una mayor claridad el significado de vivienda vacacional, y no solo distinguir entre lo que es una empresa de alojamiento turístico extra-hotelero y que no. De esta forma la ley podría aplicarse con mayor efectividad. En el actual BOC se pueden dar interpretaciones sobre qué se considera como vivienda vacacional de uso turístico y vivienda de alquiler temporal.
- El objetivo de una regulación debe ser el de beneficiar al sector turístico sin poner trabas ni limitaciones, es decir, amparando el turismo p2p, ya que es un sistema capaz de aportar grandes ventajas y del cual la infraestructura turística tradicional puede aprender mucho.
- Airbnb debería reclamar a cada usuario un mínimo de vigencia legal, ya que dado su crecimiento exponencial, la situación de reglar los alojamientos por parte del organismo competente resulta difícil de gestionar sin contar con la ayuda de la plataforma.

- Las empresas pertenecientes al sector turístico tradicional han de modernizarse, optimizando su presencia en la red y diseñando apps que ofrezcan ventajas para sus clientes tales como un perfil personal donde determinar los gustos o los servicios que se requieran, la ubicación, las actividades o eventos, ofertas o descuentos mediante un sistema de puntos, etc. Todo ello aprovechando el trato humano con el que cuentan los trabajadores del sector, y huyendo de la estandarización de sus servicios.
- Las estadísticas realizadas en las oficinas de información turística de Santander deberían incluir parámetros como el tipo de alojamiento y a través de que canal se ha realizado la reserva. De igual manera aplicarlo al transporte utilizado durante la visita.
- Airbnb debería impedir la posibilidad de anular la reserva por parte del anfitrión, ya que de este modo se evitaría cierta incertidumbre hacia el consumidor y mejoraría la imagen de la empresa. Elaborar una pequeña lista de derechos para con el huésped, de modo que este pudiera, a cambio de un plus de dinero, acceder a tarifas ventajosas, ello inspiraría gran confianza y podría atraer más usuarios a la plataforma. La seguridad y certidumbre de las plataformas p2p deben ser absolutas.
- Debería de ejercerse un mayor control a la hora de tributar, como persona física o jurídica, por la actividad de alquilar a través de Airbnb, ya que esto genera competencia desleal frente al sector turístico tradicional.



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

10. ANEXOS: ENTREVISTAS

10.1. Entrevista Ángel Cuevas: Presidente de la Asociación de Hostelería de Cantabria

Dado que Airbnb está comenzando a implementar eventos y guías en los lugares de destino ¿Ve usted a Airbnb como un competidor?

Verás, aquí te voy a responder por otro camino; ante todo, lo más importante para nosotros es que este tipo de organizaciones se encuentren bien reguladas por el organismo correspondiente, en este caso el Gobierno de Cantabria, ya que al actuar fuera de la ley obtienen una serie de ventajas que nosotros no compartimos, de forma que aquellos alojamientos que no cumplan con la ley sean sancionados y apartados de la empresa. Con esto quiero decir que no existe ningún problema con que entren nuevos competidores en nuestro mercado, faltaría más, sólo que deben de estar bien regulados.

¿Qué opina sobre la práctica de algunos hoteles estilo boutique que utilizan Airbnb como un canal de distribución hotelera para encontrar nuevos clientes?

No creo que represente ningún problema para el sector, cada uno es libre de escoger sus propios caminos para gestionar su empresa según considere, siempre que cumpla con la ley establecida. De hecho pienso que cuantas más y mejores formas de promocionarse se den en el sector más posibilidades se abrirán, sobretodo, para los que empiezan ahora a introducirse en el mundo de la hostelería.

Los propietarios de Airbnb pagan sus impuestos sobre la renta, mientras que para las empresas de hostelería son impuestos corporativos ¿Comparte usted esta regulación?

Verás, el problema reside en que estas personas pueden declarar como persona física o como persona jurídica. Volvemos al tema de la regulación, ya que deberían definirse ciertas limitaciones para realizar la renta de una forma o de otra dependiendo del círculo de actividad en el cual se opere.

Las grandes cadenas hoteleras comienzan a incorporar marcas diseñadas para atraer a las nuevas generaciones y aquellos que buscan menos servicios y una mayor conectividad tanto tecnológica como espacios compartidos. ¿Ha notado usted cambios en las preferencias de los consumidores?

Por supuesto que sí, hoy en día resulta fundamental para cualquier hotel contar con una red tecnológica actualizada. Te voy a poner un ejemplo: la cadena de hoteles NH empezó a notar una disminución en el número de reservas, esto se debió a causa de no contar con una buena red Wi-Fi en sus establecimientos y encima cobrar por utilizar dicha red. Considero importantísimo ofrecer un servicio tecnológico de calidad, algo que el cliente tiene muy en cuenta.

10.2. Entrevista a Ruth Cervilla: Directora Hotel Chiqui

Dado que Airbnb está comenzando a implementar eventos y guías en los lugares de destino ¿Considera una amenaza la incorporación de este tipo de plataformas en el paradigma turístico local?

Mira te comento, este espacio de pisos que se alquilan siempre ha existido, ha sido un nicho que ha estado ahí como economía sumergida, es decir, que en realidad no ha sido un intrusismo directo o fuerte para el hostelero, pero ahora mismo es cierto que ha cambiado debido a que el concepto de las personas que alquilan estos pisos conlleva una preparación y un trasfondo más antipersonal, aun pareciéndose estos espacios a una habitación de hotel, y muchos de lujo. Estas personas se han adecuado a ello y es una manera de que para toda esa gente que estuvo comprando pisos durante la burbuja inmobiliaria signifique una salida para dar a esa economía. ¿Qué no está mal? ¿Qué se puede llegar a un nicho de mercado? La respuesta es sí, pero lo único que pide el sector hotelero es que sea regulado, que se pidan ciertos requisitos, al igual que a nosotros nos piden un plan de prevención, un sistema anti incendios con extintores, un seguro médico, etc. Y luego, tampoco están tributando, ya independientemente de que Airbnb tribute en Irlanda ahorrando del 20% al 12,5%, que es la diferencia en impuestos, junto con que sea el propio viandante que tiene la casa alquilada, genera economía sumergida. En cuanto al impacto en Santander no nos asusta porque realmente ahora mismo, según he podido observar en la web, hay más de 300 alojamientos. Si es verdad que si lees un poco, EXCELTUR decía que hablan de unas cifras brutales en cuanto a número de alojamientos en el mundo, pero realmente va desde una casa encima de una cabaña o una habitación compartida hasta un castillo o un barco, por lo que no se ve muy clara su transparencia en números y se apoya legalmente en decir que ellos mismos actúan legalmente y son los usuarios que alquilan sus casas los que no cumplen con sus deberes tributarios, pasándose la pelota los unos a los otros. En mi opinión en la mayoría de los casos todo lo novedoso que genera internet y se encuentra ante un vacío más tarde necesita ser regulado. Santander no ha sido como el brutal caso de Barcelona, habiendo también gente que infla las cifras de dicha ciudad, donde se expone que realmente esa parte de turistas no hubiese llegado a Barcelona sin la intervención de Airbnb, a pesar de ser un destino que se encuentra totalmente saturado y cuenta con una gran demanda.

En Santander no se ha sufrido tanto pero también es cierto que crece poco a poco, yo he echado un vistazo y hay cosas muy atractivas. También es cierto que durante el invierno nosotros trabajamos mucho con gente de empresa, quienes necesitan una factura. Antiguamente, quien iba a un piso de alquiler en lugar de ir a un hotel y viceversa, con esto quiero decir que ha abierto mucho el mercado

¿Qué opina sobre la práctica de algunos hoteles que utilizan Airbnb como un canal de distribución hotelera para encontrar nuevos clientes?

Entiendo que estos pequeños hoteles vean cualquier canal para engrosar su cartera de clientes, quizás sea el miedo lo que les impulsa a entrar en estas plataformas viendo un nuevo nicho de mercado, lo cual entiendo. Lo que menos apoyo es que a pesar de tratarse de una plataforma con un elevado número de usuarios, pero cuando llegue el momento de regular este fenómeno va a caer bastante.

Creo que la mentalidad que se ha de tener ahora es como la de Room Mates, Sarasola, es decir, tengo mis hoteles, creo una marca y al surgir este fenómeno compro pisos. Se trata de un nuevo hotelero muy dinámico en mentalidad con la intención de abarcar más y más.

Si el día de mañana los hoteleros entrásemos en Airbnb, quitaríamos el mercado de venta de muchos alojamientos, ya que los precios no son tan dispares teniendo en cuenta la buena localización de los hoteles.

Comparando el servicio que ofrece un recepcionista experimentado con el de un anfitrión de Airbnb ¿Qué opina sobre el modelo de la confianza por el que se rige Airbnb?

En este sentido vuelvo sobre lo mismo, no le pongo pegos pero todo el mundo debe de formarse, está en juego la imagen que podemos dar al turista, si tú tienes una mala experiencia y lo cuentas antes era una mala prensa, en cambio ahora el turista puede comentarlo a través de la red, pudiendo dañar a la plaza hotelera. Personalmente creo que la parte que más ha sido dañada han sido las casas rurales, es decir, todo lo que es la provincia.

He llamado a la Asociación de Hostelería, cuya postura es un tanto desconcertante ya que no poseen muchos datos exactos sobre el tema, insistiendo en que debe de establecerse una regulación hacia esta intrusión. Resulta injusto que nosotros estemos pagando impuestos y pagando a cierto personal con cierta formación, contando con recursos preventivos y un conjunto de protocolos de calidad para con el cliente.

Yo creo que dentro de tres o cuatro años, cuando esto haga más mella, se va a realizar esta regulación y va a ser la propia unión hotelera va a provocar que se ello siga hacia delante. En algunas comunidades se ha dado esta unión y así llevado a cabo una correcta regulación, y en otras no tanto. No se debería de esperar a que se den casos como los de Barcelona o Madrid, sino que deberíamos de empezar a ponernos ya con el tema, reaccionando antes de que suceda.

Las grandes cadenas hoteleras comienzan a incorporar marcas diseñadas para atraer a las nuevas generaciones y aquellos que buscan menos servicios y una mayor conectividad tanto tecnológica como espacios compartidos. ¿Ha notado usted cambios en las preferencias de los consumidores?

Yo pienso que ahora mismo si no se cuenta con una buena línea de Wi-Fi, una buena conectividad, resulta casi imposible incrementar las ventas, es primordial contar con ello. Antes eran otras exigencias las que pedía el cliente. En el tema de las reuniones es fundamental contar con unos equipos competitivos, una buena banda ancha para por ejemplo realizar un streaming. Esto sucede no solo a nivel de nuevas generaciones sino también para las empresas tradicionales que se han tenido que adaptar, lo cual si ha sido un claro impacto.

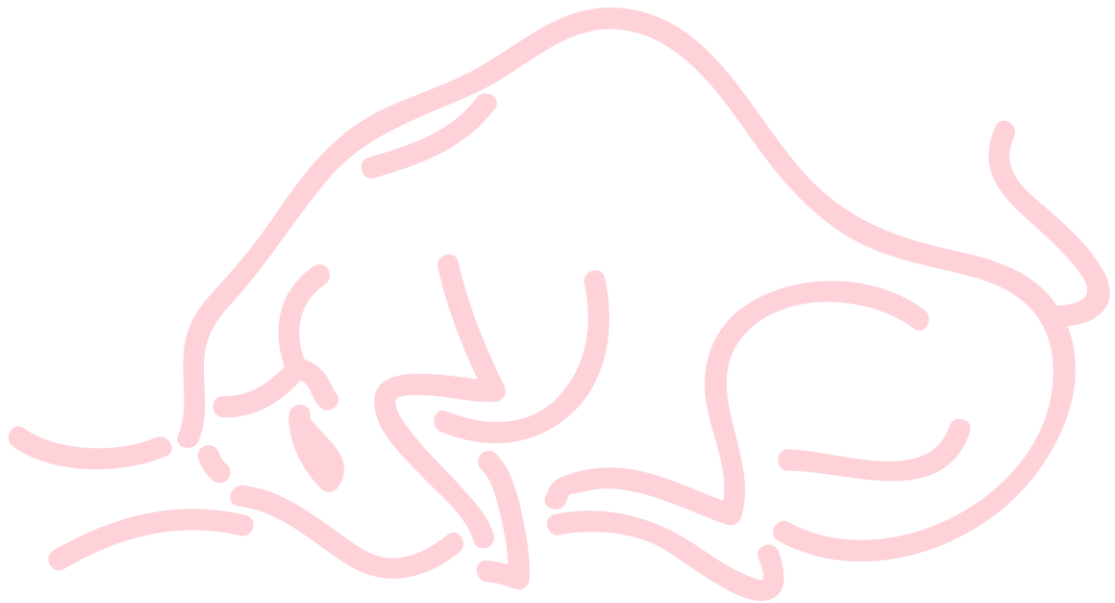
También destacar que ahora ya no se tiene que gastar tanto dinero en publicidad, ya que resulta más rápido y efectivo a través de la red, otro factor que se ha notado bastante en el sector.

¿Qué herramientas tienen en sus manos los hoteleros para competir con la pujante oferta de las plataformas peer-to-peer?

Sin duda, siempre la seguridad de contar con un recepcionista experimentado, un seguro médico, una asistencia y también el conocimiento al que se va por parte del turista, algo importante, ya que como he podido observar, a través de Airbnb se capta un piso muy

estiloso pero no cuenta con una buena localización, el hotel puede ofrecer una seguridad como poder llegar durante la noche y que el sitio sea seguro, de lo cual el hotel se encarga informando al cliente. También hay que tener en cuenta que el propietario del alojamiento puede cancelar la reserva en cualquier momento, algo que nosotros no hacemos.

En cuanto a los servicios, un hotel cuenta con salones, manutención, las vistas en nuestro caso, etc. Resulta más fácil llegar a un hotel que cuenta con buenas localizaciones que a un apartamento en x zona



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

10.3. Entrevista a Eduardo Arasti Barca, Ex consejero de Innovación, Industria y Turismo de Cantabria

¿Cuál es el reto al que se enfrenta el sector turístico de Santander hoy en día?

El reto siempre es el mismo: mejorar. Y mejorar un sector que es muy importante para nuestra región.

Los estudios IMPACTUR indican la importancia del turismo en Cantabria.

El último que se publicó IMPACTUR 2014, arrojó las siguientes cifras:

- 10,9 % PIB
- 24.590 empleos (11,4 % del total)

En grandes ciudades españolas como Madrid o Barcelona, donde el uso de las plataformas peer-to-peer es abusivo, existe una extensa red de denuncias sociales y legales sobre dicho uso y sus consecuencias. Pese a ello, empresas como Airbnb continúan creciendo e impulsando la economía sumergida. ¿Ve usted posible que en Santander se diese el mismo caso en el futuro?

La lucha contra el intrusismo en el sector turístico fue uno de los primeros compromisos que adoptamos en mi etapa de consejero. En respuesta a la preocupación y demanda del sector y las principales asociaciones que lo representan, pusimos un especial empeño en velar por el cumplimiento de la legalidad.

Se llevaron a cabo en Cantabria más de 700 actividades de inspección referentes al control del intrusismo turístico, que conllevaron cerca de 150 expedientes sancionadores en cumplimiento de la ley 5/1999 de 5 de julio.

La cuestión trasciende el simple hecho de la competencia desleal ya que la función de la Administración es velar por el cumplimiento de la legalidad.

¿Considera como una verdadera amenaza la incorporación de este tipo de plataformas hacia el sector turístico local?

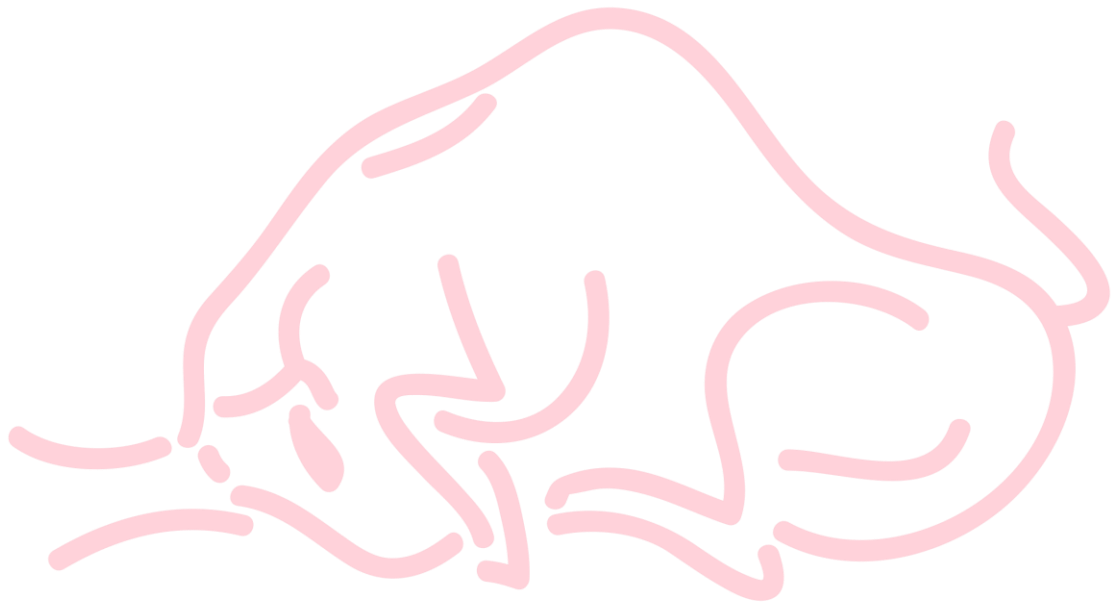
Si hay algo constante es el cambio. La vida cambia, la manera de relacionarnos también. Pero la irrupción de Internet ha contribuido a que ese cambio haya sucedido de una manera vertiginosa. El debate ya está ahí y por tanto son los Parlamentos los que deben legislar para impedir que quienes nos visiten reciban un servicio de inferior calidad y para que el sector siga presentando cifras importantes en términos de PIB y empleo.

¿Cómo cree usted que debería reaccionar el agente regulador frente a la economía colaborativa que caracteriza a Airbnb?

Desde luego escuchando al sector turístico y a las principales asociaciones que lo representan.

¿Qué valores puede aportar el llevar un proceso de definición de la regulación de una nueva normativa a las mesas de debate?

Como he dicho antes, el sector turístico tiene que sentir que la normativa le ampara, que es beneficiosa para el sector, para desarrollar bien su trabajo, lo cual redundará en un buen servicio. Es por tanto, esencial, que las normativas sean fruto del mayor acuerdo posible, que el sector turístico sienta la norma como propia y la defienda, frente a los que la incumplen.



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

10.4. Entrevista propietario Airbnb, José María Calle

¿Cuál es su visión sobre Airbnb?

Nuestra experiencia está siendo fantástica. Hace solo un año que decidimos sumarnos a esta iniciativa pero el balance es inmejorable. Nosotros (mi familia) hemos viajado bastante y, sobre todo cuando nuestros dos hijos eran pequeños, optábamos por alquilar una casa cuando la estancia iba a ser larga porque siempre nos pareció más cómodo, especialmente cuando compartíamos el viaje con amigos. Por eso creímos que la idea de Airbnb encajaba perfectamente en nuestra manera de ver las cosas.

¿Qué le llevó a ofertar un piso en Airbnb?

Cuando los niños crecieron y comenzaron a vivir fuera de casa, su espacio en Suances, antes siempre lleno por ellos, sus amigos, y los amigos de sus amigos, quedó vacío prácticamente todo el año. Conocíamos a otra gente que estaba en Airbnb y sabíamos que estaban encantados, de manera que decidimos sumarnos. Alquilando la casa conseguimos un dinero que nos viene fenomenal para mantener la casa en las mejores condiciones y además conocemos gente (la mayor parte de nuestros huéspedes han sido extranjeros) encantadora. Porque no solo se trata de alquilar la casa, sino de tratar de ser un buen anfitrión. En nuestro caso hemos sido afortunados y los viajeros que han recado en nuestra casa han sido gente encantadora y muy interesante.

¿Qué opina usted sobre los servicios que ofrece la plataforma?

Nos parece perfecto. Está organizado de tal manera que tanto el cliente como el propietario de la vivienda tiene la posibilidad de 'evaluar' al otro. Por eso, es difícil que alguna de las dos partes se sienta defraudada. Además, tú puedes reservar tu casa cuando la necesitas y el hecho de que no tengan que pagarte a ti directamente también hace que no tengas que estar pendiente de ese asunto. Desde luego, a partir de ahora, siempre que surja la oportunidad, nosotros también acudiremos a la plataforma para alquilar una casa cuando decidamos algún viaje. Nuestros hijos ya lo hacen en muchos lugares del mundo y están encantados.

La misión de Airbnb es la de ofertar un servicio que lleve al turista a vivir una experiencia auténtica, es decir, adentrándose en la cultura local en la mayor medida posible. ¿Cuál es su nivel de compromiso con esta intencionalidad de la plataforma?

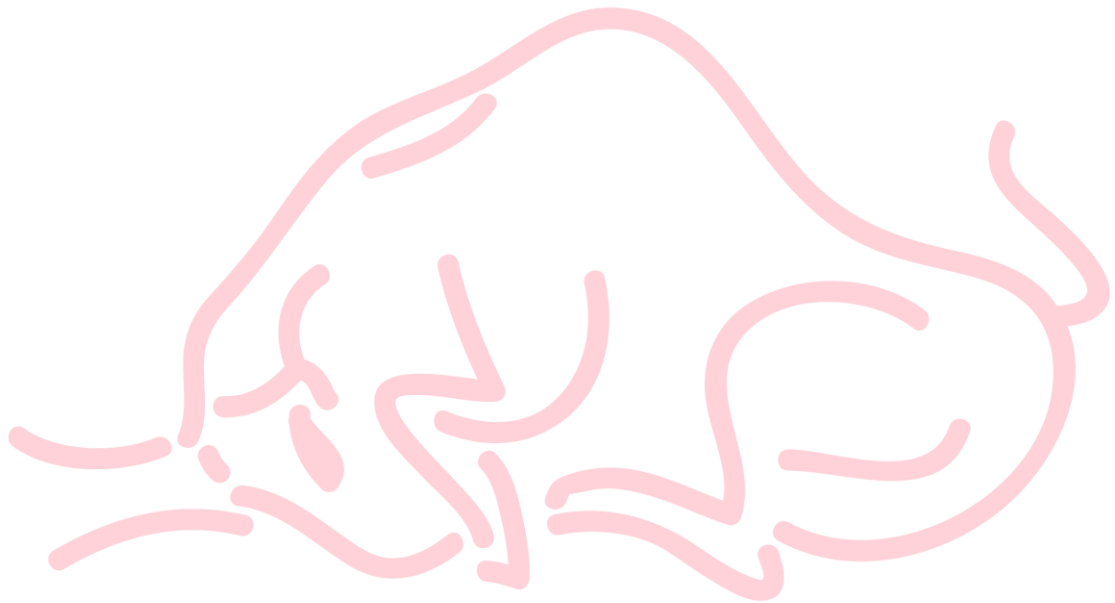
Precisamente por eso nos resulta especialmente interesante. Quizás porque estamos acostumbrados a ser anfitriones, pero el hecho es que poder compartir lo que sabemos de nuestro lugar de residencia, sus posibilidades, sus secretos, sus bondades..... es para nosotros un placer.

11. BIBLIOGRAFÍA

- A Golpe de Objetivo. (2016). A Golpe de Objetivo: 8 Ventajas e inconvenientes de Airbnb. [online] Disponible en: <http://www.agolpedeobjetivo.com/2015/11/8-ventajas-e-inconvenientes-de-airbnb.html> [accedido 24 Nov. 2016].
- A.Llorca, Á. (2016). Así funciona el algoritmo con el que Airbnb calcula por cuánto debes alquilar tu vivienda. [online] Genbeta.com. Disponible en: <http://www.genbeta.com/a-fondo/asi-funciona-el-algoritmo-con-el-que-airbnb-calcula-por-cuanto-debes-alquilar-tu-vivienda> [accedido 2 Nov. 2016].
- Ahorro, I. and Kerfantón, A. (2016). Ganar dinero con Airbnb: ventajas e inconvenientes. [online] Ideas y Ahorro. Disponible en: <http://www.ideasyahorro.com/ganar-dinero-con-airbnb/> [accedido el 21 Nov. 2016].
- Airbnb. (2016). Te espera un mundo de viajes inolvidables.. [online] Disponible en: <https://www.airbnb.es/> [accedido 18 Oct. 2016].
- Blanchar, C. (2016). España es el tercer destino europeo de la plataforma Airbnb. [online] EL PAÍS. Disponible en: http://economia.elpais.com/economia/2016/09/20/actualidad/1474370969_199599.html [accedido 19 Nov. 2016].
- BOC. "Decreto 19/2014, de 13 de marzo, por el que se modifica el Decreto 82/2010, de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento turístico extra hotelero en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria." [online] Disponible en: <https://boc.cantabria.es/boces/verAnuncioAction.do?idAnuBlob=264776> [accedido 23 Nov. 2016].
- BOC. "Decreto 49/2011, de 19 de mayo, por el que se regula la actividad de mediación turística desarrollada por agencias de viajes, centrales de reservas y organizadores profesionales de congresos en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria." Disponible en: http://www.ceav.info/common/contenido/documentos_legislacion/decreto_49_2011.pdf [accedido 23 Nov. 2016].
- BOE. "Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico." (2016). [online] Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2002/BOE-A-2002-13758-consolidado.pdf> [accedido 24 Nov. 2016].
- Bop.diba.cat. (2016). Document. [online] Disponible en: <https://bop.diba.cat/scripts/ftpisa.aspx?fnew?bop2016&04/022016005986.pdf&1> [accedido 24 Nov. 2016].
- COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL CONSEJO, AL PARLAMENTO EUROPEO Y AL BANCO CENTRAL EUROPEO APLICACIÓN A LOS SERVICIOS FINANCIEROS DE LOS APARTADOS 4, 5 Y 6 DEL ARTÍCULO 3 DE LA DIRECTIVA SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO (2016). [online] Disponible en: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2003/ES/1-2003-259-ES-F1-1.Pdf> [accedido 24 Nov. 2016].

- Consumo Colaborativo. (2016). Introducción. [online] Disponible en: <http://www.consumocolaborativo.com/concepto/introduccion/> [accedido 4 Nov. 2016].
- ELMUNDO. (2016). Barcelona multa a Airbnb y Homeaway con 600.000 euros por seguir anunciando pisos sin licencia. [online] Disponible en: <http://www.elmundo.es/cataluna/2016/11/24/5836abfae5fdea7a5b8b45dc.html> [accedido 26 Nov. 2016].
- Glusac, E. (2016). Hotels vs. Airbnb: Let the Battle Begin. [online] Nytimes.com. Disponible en: http://www.nytimes.com/2016/07/24/travel/airbnb-hotels.html?_r=0 [accedido 14 Nov. 2016].
- Gobbi, J. (2016). Los grandes números de AirBNB: ocupación e ingresos - Blog de Viajes. [online] Blog de Viajes. Disponible en: <https://www.blogdeviajes.com.ar/2016/03/03/los-grandes-numeros-airbnb-ocupacion-e-ingresos-mercado/> [accedido 5 Nov. 2016].
- Hernández, L. (2016). Aprende cómo pagar los impuestos de tu actividad en Airbnb. [online] Consumo Colaborativo. Disponible en: <http://www.consumocolaborativo.com/2016/04/06/aprende-como-pagar-los-impuestos-de-tu-actividad-en-airbnb/> [accedido 21 Nov. 2016].
- Hosteltur: Toda la información de turismo. (2016). El hotelero tiene muchas herramientas para salir victorioso de la batalla con el P2P | Hoteles y alojamientos. [online] Disponible en: http://www.hosteltur.com/196480_hotelero-tiene-muchas-herramientas-salir-victorioso-batalla-p2p.html [accedido 12 Nov. 2016].
- Hosteltur: Toda la información de turismo. (2016). Hoteles vs. Airbnb: segundo asalto | Hoteles y alojamientos. [online] Disponible en: http://www.hosteltur.com/110107_hoteles-vs-airbnb-segundo-asalto.html [accedido 14 Nov. 2016].
- Hotelerum. (2016). Distribución Hotelera en Airbnb - Hotelerum. [online] Disponible en: <http://www.hotelerum.com/distribucion-hotelera-airbnb/> [accedido 20 Nov. 2016].
- Inside Airbnb. (2016). Inside Airbnb: Barcelona. Adding data to the debate.. [online] Disponible en: <http://insideairbnb.com/barcelona/> [accedido 5 Nov. 2016].
- La Vanguardia. (2016). Barcelona multa a Airbnb y Homeway con 600.000 euros por seguir anunciando pisos sin licencia. [online] Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20161124/412132887490/barcelona-multa-airbnb-homeway-pisos-sin-licencia.html> [accedido 26 Nov. 2016].
- Matney, L. (2016). Airbnb begins testing City Hosts program to give guests guided one-of-a-kind experiences. [online] TechCrunch. Disponible en: <https://techcrunch.com/2016/06/03/airbnb-begins-testing-city-hosts-program-to-give-guests-guided-one-of-a-kind-experiences/> [accedido 22 Nov. 2016].
- prezi.com. (2016). Análisis Comercial Airbnb. [online] Disponible en: https://prezi.com/u0q-2nkh7_na/analisis-comercial-airbnb/ [accedido 15 Nov. 2016].
- Skift. (2016). State of Travel 2016: Airbnb Vs. Hotel Rivals in 6 Charts. [online] Disponible en: <https://skift.com/2016/05/03/state-of-travel-2016-airbnb-vs-hotel-rivals-in-6-charts/> [accedido 16 Nov. 2016].

Villaveces, S. and Villaveces, S. (2016). 3 tipos diferentes de Consumo Colaborativo. [online] Young Marketing. Disponible en: <http://www.youngmarketing.co/cuales-son-los-3-sistemas-de-consumo-colaborativo/> [accedido 2 Nov. 2016].



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA